

รายงานประจำปี 2554

รายงานประจำปี 2554

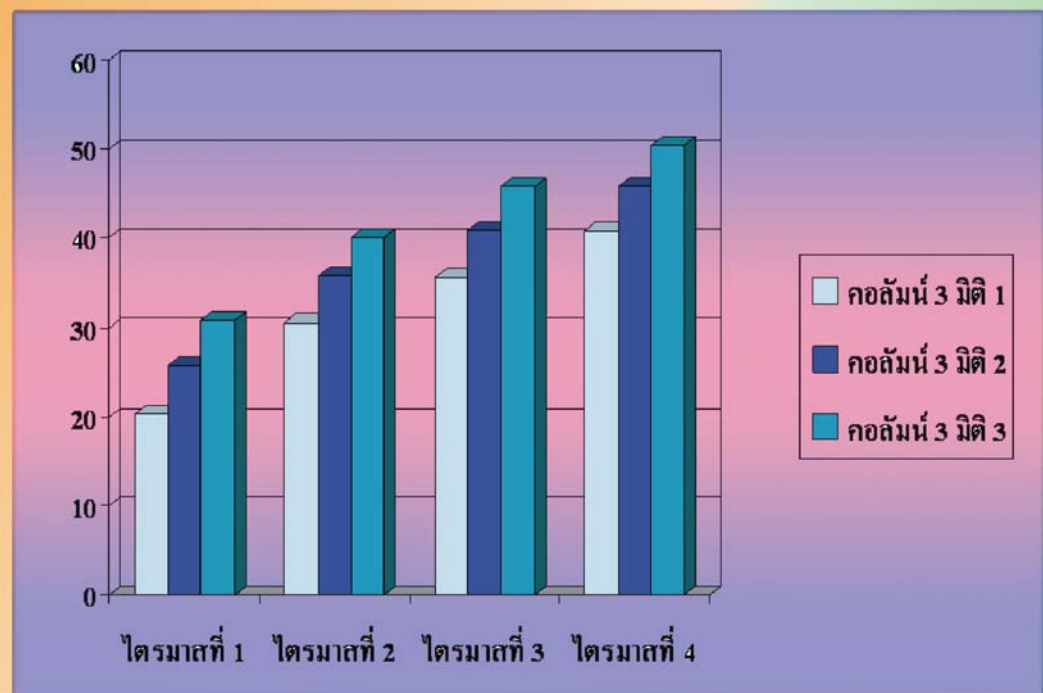
รายงานประจำปี 2554

รายงานประจำปี 2554

รายงานประจำปี 2554



รายงานประจำปี 2554



รายงานประจำปี 2554

รายงานประจำปี 2554

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

คำนำ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัยและสมประโยชน์ เพื่อสุขภาพที่ดี และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงาน ฯ ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง สมประโยชน์ มีสุขภาพที่ดี โดยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ อย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย สายด่วน อย.1556 เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งในปี 2554 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง

รายงานประจำปีงบประมาณ 2554 ฉบับนี้ ได้รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2554 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานประจำปีฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเป็นข้อมูลสำคัญ ในการพัฒนาปรับปรุงองค์กรและระบบงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ ต่อไป

พฤศจิกายน 2554



สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ	5
- หน้าที่ความรับผิดชอบ	6
- ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์	7
- โครงสร้างการจัดการองค์กร	8
- อัตรากำลัง	9
- งบประมาณการดำเนินการ	17

ส่วนที่ 2 แผนการดำเนินงาน 18

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงาน

- การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค	21
- สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย	33
- โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	43
- โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	50
- การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	51
- โครงการพัฒนาทีมงานคุ้มครองผู้บริโภค	56
- โครงการส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ	58
- กิจกรรมในการดำเนินงานครบรอบ 36 ปี	60
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	
- โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อการบริโภคที่ปลอดภัยภายใต้เขตการค้าเสรี (FTA)	62



- การดำเนินการเรื่องร้องเรียน	64
ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ	
- ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน	67
- ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	75
- แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2555	77
ภาคผนวก	
- แผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2554	79
กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค	



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานบริโภคศึกษา พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและ
ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภารกิจหลัก

1. ให้ความรู้แก่ประชาชนทางสื่อต่าง ๆ
2. พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ประชาสัมพันธ์
4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
5. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

เป้าประสงค์

1. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม
2. ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. ผู้บริโภครู้จักปกป้องสิทธิและเรียกร้องสิทธิในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
4. ประชาชนมีความเข้าใจ มีความเชื่อมั่น และรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

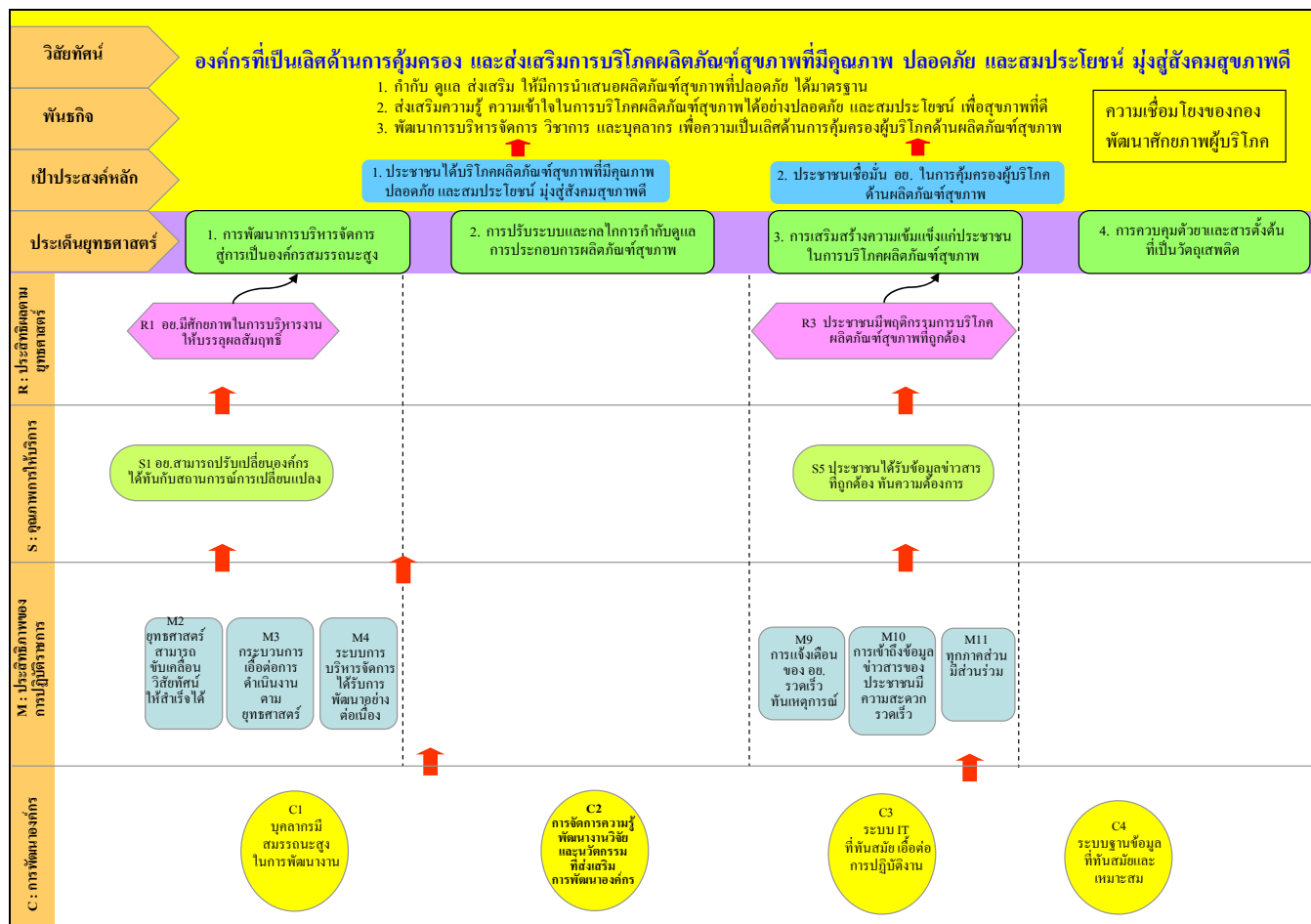


หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้สามารถเลือกหาและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งมีการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภคให้รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
2. ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ
3. พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ
4. พัฒนาเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
5. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย



ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมายการให้บริการ กลยุทธ์ ผลผลิต และกิจกรรมระดับกรม สู่ระดับกอง ประจำปีงบประมาณ 2554



โครงสร้างการจัดการองค์กร

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้มีการจัดระบบโครงสร้างภายใน เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล ซึ่งแบ่งออกเป็น ดังนี้

1. ผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง
2. กลุ่มประชาสัมพันธ์
3. กลุ่มเผยแพร่ความรู้
4. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
5. กลุ่มพัฒนาระบบ
6. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

โดยในแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง

- 1.1 ปฏิบัติราชการแทนผู้อำนวยการกอง ในกรณีที่ผู้อำนวยการกองไม่อยู่ปฏิบัติราชการ
- 1.2 ให้คำปรึกษาเชิงวิชาการ/พิจารณาให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแผนงาน/โครงการด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
- 1.3 ให้คำปรึกษา/พิจารณาให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำข้อมูลวิชาการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแผนงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ชุมนิทรรศการ สายด่วน e-learning Social media และ Website เป็นต้น
- 1.4 กำกับ/ติดตามการดำเนินงานของกลุ่มต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
- 1.5 เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ตามที่ได้รับแต่งตั้ง หรือที่ได้รับมอบหมาย
- 1.6 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

2. กลุ่มประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 2.1 วิเคราะห์ข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนางานและประชาสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องทางวิชาการและการดำเนินงานของสำนักงาน
- 2.2 จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรุก เพื่อสร้างความตื่นตัวแก่ผู้บริโภค ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย และดึงผู้บริโภคเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- 2.3 จัดทำข่าวสำนักงาน และจัดแถลงข่าว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งสาระความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นที่สนใจของประชาชน



- 2.4 ประสานงานและดำเนินงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน และร่วมผลักดันงานคุ้มครองผู้บริโภค
- 2.5 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือที่ดีของบุคลากรในสำนักงาน โดยอาศัยระบบเสียงตามสาย จดหมายข่าว และบอร์ดประชาสัมพันธ์
- 2.6 ติดตามและตรวจตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์ วิเคราะห์และนำเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณาดำเนินการได้ทันต่อสถานการณ์ และเหมาะสม
- 2.7 จัดทำและดูแลข้อมูลในระบบประชาสัมพันธ์ ทางระบบสำนักงานอัตโนมัติ
- 2.8 จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก
- 2.9 วางแผนในการใช้ พัฒนาปรับปรุง บำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.10 ออกแบบและผลิตสื่อโสตทัศนวัสดุ สิ่งพิมพ์ และงานศิลปกรรม
- 2.11 ออกแบบและตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น นิทรรศการ แอลงข่าว เป็นต้น
- 2.12 จัดการและให้บริการโสตทัศนูปกรณ์
- 2.13 ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้โสตทัศนูปกรณ์
- 2.14 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

3. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 3.1 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3.2 จัดทำและดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน ให้ถูกต้องเหมาะสมและปลอดภัย
- 3.3 พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรที่ดำเนินการเพื่อผู้บริโภค
- 3.4 สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม มีความต่อเนื่อง และสมประโยชน์
- 3.5 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาบทบาทในการคุ้มครองสิทธิของตนเอง
- 3.6 จัดทำและดำเนินโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน
- 3.7 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

4. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 4.1 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค
- 4.2 เผยแพร่ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และทางสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีศักยภาพในการดูแลตนเอง สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย



- 4.3 พัฒนาและดูแลระบบสายด่วนผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 4.4 พัฒนาและดูแลเว็บไซต์ ออย.ดอทคอม เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 4.5 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

5. กลุ่มพัฒนาระบบ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 5.1 จัดทำแผนงาน งบประมาณ โครงการ และกำกับติดตามการดำเนินการ ให้สอดคล้องกับ แผนพัฒนาการสาธารณสุข นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงสาธารณสุข และนโยบายของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- 5.2 วางแผน ดำเนินการศึกษาวิจัย และประสานงานส่งเสริมการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการ ดำเนินการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค
- 5.3 พัฒนาบุคลากรของกอง ตลอดจนทำหน้าที่ประสานงานเรื่องการอบรมกับหน่วยงานผู้จัดอบรม
- 5.4 ประเมินผลการปฏิบัติงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการ ศึกษาวิจัยและวางแผนการดำเนินงาน
- 5.5 สนับสนุนข้อมูลการดำเนินงานศึกษาวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ
- 5.6 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และระบบคอมพิวเตอร์ของกอง เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามา สืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 5.7 ปฏิบัติงานด้านข้อมูลข่าวสารของราชการของกอง และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของกองใน การรวบรวมข้อมูลสารนิเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 5.8 พัฒนาระบบการปฏิบัติงานของกองให้มีประสิทธิภาพ และจัดระบบการควบคุมภายใน
- 5.9 บริการรับ ประสาน และตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- 5.10 ฝ้าระวังการโฆษณา
- 5.11 ประมวลผล จัดทำสถิติ และวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงระบบการรับและประสานเรื่องร้องเรียน
- 5.12 ตอบปัญหาทางวิชาการแก่ประชาชนที่สอบถามมาทางช่องทางต่าง ๆ
- 5.13 พัฒนาระบบฐานข้อมูลการรับและประสานการตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- 5.14 จัดทำหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และกรอบการดำเนินงานประสานบริการเรื่องร้องเรียน
- 5.15 ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลการร้องเรียน เพื่อวางแผนการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
- 5.16 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย



6. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 6.1 งานสารบรรณ
- 6.2 งานการเจ้าหน้าที่
- 6.3 งานการเงิน / บัญชี / งบประมาณ
- 6.4 งานพัสดุและยานพาหนะ
- 6.5 งานอำนวยความสะดวกและสนับสนุนกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 6.6 ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย



อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ : ปีงบประมาณ 2554

สรุป (52 คน)	
ข้าราชการ	27 คน
หัก ยืมตัว	1 คน
ลูกจ้างประจำ	2 คน
พนักงานราชการ	1 คน
ลูกจ้างเหมา	21 คน

อัตรากำลัง

○ เกสัชกร	5 อัตรา
○ นักวิชาการอาหารและยา	4 อัตรา
○ นักวิชาการเผยแพร่	12 อัตรา
○ นักจัดการงานทั่วไป	1 อัตรา
○ เจ้าพนักงานธุรการ	5 อัตรา



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้มีการพิจารณาโครงสร้าง ภารกิจกลุ่ม / ฝ่าย ตลอดจนพิจารณาจัดข้าราชการเข้าสู่ตำแหน่ง ให้เกิดความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยมีการจัดข้าราชการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (ตุลาคม 2553-กุมภาพันธ์ 2554) ดังนี้

- [illegible]



7. กลุ่มประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 6 คน ลูกจ้าง 5 คน คือ

7.1 นางผุสดี เวชชพิพัฒน์	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการพิเศษ
7.2 นายบุญทิพย์ คงทอง	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.3 นายวัชรินทร์ เครือเนียม	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.4 นางสาวนีย์ สุขแสนนาน	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.5 นางสาวดนิตา เทียบโพธิ์	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.6 นางสาวพัชรารัตน์ ศรีบุญเรือง	นักวิชาการเผยแพร่ ปฏิบัติการ
7.7 นางสาวพัชรวรรณ แก้วก่า	นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
7.8 นางสาวนระรัตน์ แสนสุข	ลูกจ้าง
7.9 นางสาวปภาณิจ ภัทรานนท์	ลูกจ้าง
7.10 นางสาวมิตา ธนธวัจน์	ลูกจ้าง
7.11 นางสาวนันทิยา ถวายทรัพย์	ลูกจ้าง
7.12 นายทวชา เพชรบุญยัง	ลูกจ้าง

8. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 3 คน ลูกจ้าง 3 คน คือ

8.1 นางสาวจิตรา เอื้อจิตร์บำรุง	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
8.2 นางรวิวรรณ ทิมวัฒนา	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
8.3 นางสาวสุกมาศ วยอุดมวุฒิ	นักวิชาการเผยแพร่ ปฏิบัติการ
8.4 นางสาวปภัสสร ผลโพธิ์	ลูกจ้าง
8.5 นางสาวขวัญชนก พุ่มแพร	ลูกจ้าง
8.6 นางสาวสุxonันต์ เบิกบาน	ลูกจ้าง



ทั้งนี้ในปีงบประมาณ 2554 (มีนาคม – กันยายน 2554) กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร่วมได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ภารกิจกลุ่ม / ฝ่าย ตลอดจนพิจารณาจัดข้าราชการเข้าสู่ตำแหน่ง ให้เกิดความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยมีการจัดข้าราชการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ดังนี้

1. นางเพ็ญฤทัย เสาร์มณี ผู้อำนวยการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
2. นางสาวทิพากร มีใจเย็น ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
3. **กลุ่มประชาสัมพันธ์** ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 7 คน ลูกจ้าง 5 คน คือ
 - 3.1 นางสาวจิตรา เอื้อจิตรบำรุง นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ
 - 3.2 นายบุญทิพย์ คงทอง นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
 - 3.3 นายวัชรินทร์ เครือเนียม นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
 - 3.4 นางสาวนุ้ย สุขแสนนาน นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
 - 3.5 นางสาวนิตา เทียบโพธิ์ นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
 - 3.6 นางสาวพัชรวดี ศรีบุญเรือง นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
 - 3.7 นางสาวพัชรวรรณ แก้วก่า นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
 - 3.8 นางสาวนระรัตน์ แสนสุข ลูกจ้าง
 - 3.9 นางสาวปภาณิจ ภัทรานนท์ ลูกจ้าง
 - 3.10 นางสาวมิตา ธนธนวัฒน์ ลูกจ้าง
 - 3.11 นางสาวนันทิยา ถวายทรัพย์ ลูกจ้าง
 - 3.12 นายทวชา เพชรบุญยัง ลูกจ้าง
4. **กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค** ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 5 คน ลูกจ้าง 2 คน คือ
 - 4.1 นางศิริกุล อำพนธ์ เกสัชกรชำนาญการพิเศษ
 - 4.2 นางสินีนภา โรจนประดิษฐ์ นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ
 - 4.3 นางสาวเสาวณีย์ เกตุบำรุงพร นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ
 - 4.4 นางสาวพาฝัน กิตติเงิน เกสัชกรปฏิบัติการ
 - 4.5 นางสาวสุชาดา ถนอมชู เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ
 - 4.6 นางสาวรพินทร์ แสนท้าว ลูกจ้าง
 - 4.7 นางสาวอรรณพ พวงทอง ลูกจ้าง
5. **กลุ่มพัฒนาระบบ** ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 5 คน ลูกจ้าง 8 คน คือ
 - 5.1 นายศุภกาญจน์ โกศัย เกสัชกรชำนาญการพิเศษ
 - 5.2 นายวิษณุ ไรจน์เรืองไร เกสัชกรชำนาญการ
 - 5.3 นางวารินทร์ เลิศนที เกสัชกรชำนาญการ
 - 5.4 นางสาวจุฬาลักษณ์ นิพนธ์แก้ว นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ
 - 5.5 นางสาวพิกุล ปัทมเสวี เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
 - 5.6 นางสาวณัฐภา ไทยเรือง ลูกจ้าง
 - 5.7 นางสาวระวีวรรณ ปราณพรม ลูกจ้าง
 - 5.8 นางสาวกนกวรรณ หน่อนาค ลูกจ้าง



5.9 นายเอกชัย ลีลาเรืองรอง	ลูกจ้าง
5.10 นางสาวกฤษณา แผลงฤทธิ์	ลูกจ้าง
5.11 นางสาวกรกนก แก้วขาว	ลูกจ้าง
5.12 นายภาสวุฒิ กองแม่	ลูกจ้าง
5.13 นางสาวชินารมย์ คำฟองเครือ	ลูกจ้าง

6. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 3 คน ลูกจ้าง 3 คน คือ

6.1 นางผุสดี เวชพิพัฒน์	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
6.2 นางรวีวรรณ ทิมวัฒนา	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
6.3 นางสาวสุกมาศ วยอุดมวุฒิ	นักวิชาการเผยแพร่ ปฏิบัติการ
6.4 นางสาวปภัสสร ผลโพธิ์	ลูกจ้าง
6.5 นางสาวขวัญชนก พุ่มแพร	ลูกจ้าง
6.6 นายอโนชา ชุนหสุวรรณ	ลูกจ้าง

7. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 7 คน ลูกจ้าง 2 คน คือ

7.1 นางสาววรรณุช รื่นหาญ	นักจัดการงานทั่วไป ชำนาญการ
7.2 นางสาวดวงใจ สาสีแก้ว	เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
7.3 นางสาวสุนีย์ วรดิตตานนท์	เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
7.4 นางดวงพร รัตนะ	เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
7.5 นางพจมาน รัตนสุนทร	เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
7.6 นางนวลพรรณ สุขสันต์รุ่งเรือง	คนงาน
7.7 นางสาวสำเร็จ ทองทาบริตน์	นักการภารโรง
7.8 นางสาวเบญจมาศ พันทวี	ลูกจ้าง
7.9 นายมารุต สุดสิ้น	ลูกจ้าง (พนักงานขับรถ)



ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตุลาคม 2553 – กันยายน 2554

งบประมาณการดำเนินงาน

<u>งบดำเนินงาน</u> กอง พศ.	62,283,819.55
งบกลาง อย.	<u>49,798,000.00</u>
รวมงบดำเนินงาน	112,081,819.55
<u>งบลงทุน</u>	<u>672,830.45</u>
งบดำเนินงานที่โอนให้หน่วยงานอื่น (สสจ. คบ.)	13,719,250.00
รวมงบที่ใช้โดย กอง พศ. และงบโอนให้หน่วยงานอื่น	126,473,900.00



แผนการดำเนินงาน

ประจำปีงบประมาณ 2554

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สุขภาพ อันได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติด และวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ส่วนหนึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคจะต้องสัมผัสและบริโภคทุกวัน ดังนั้น การบริโภคอย่างปลอดภัยและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการส่งเสริมการค้าเสรี ผู้ประกอบการธุรกิจมีจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าสูง ผู้ประกอบการพยายามผลิตและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้มียอดขายมากที่สุด ทั้งนี้ ไม่ว่าจะโดยการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งก็หลอกลวงหรือโอ้อวดเกินจริง หรือการให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริงเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้บริโภคสับสนและเข้าใจผิด หรือการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ เพื่อให้ราคาสินค้าถูก มีของแถม ของแถมเหล่านี้ ล้วนมีส่วนส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ถูกต้องทั้งสิ้น ซึ่งหากผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมแล้ว อาจทำให้ผู้บริโภคต้องสูญเสียเงินจำนวนมาก หรือหากเป็นผู้ป่วย นอกจากทำให้เสียเงิน เสียเวลา เสียโอกาสในการรักษาแล้ว อาจทำให้ได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อีกด้วย แต่หากผู้บริโภคมีความรู้ รู้เท่าทันผู้ประกอบการธุรกิจ รู้จักเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย รวมถึงมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ย่อมทำให้มีสุขภาพดี แข็งแรง ลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาสุขภาพจากโรคเรื้อรังนำไปสู่การคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้สำนักงานฯไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานฯ ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเมื่อพบผลิตภัณฑ์หรือโฆษณาที่น่าสงสัย ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง ตรงกันถึงถึงความสำคัญของการเลือกซื้อเลือก



บริโภค และต้นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคโดยการร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือได้รับอันตราย หรือเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
2. เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก ออย.

กลยุทธ์

1. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่
 - 1.1 สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบรายการประจำ สารคดี สปอตโทรทัศน์
 - 1.2 สื่อวิทยุ ในรูปแบบรายการสารคดี สปอตวิทยุ
 - 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือ ชูตินทรรศการ จัดหมายข่าว เป็นต้น
 - 1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ สายด่วน เป็นต้น
2. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไป เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่างปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ ออย.ในฐานะองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจ้งเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่
 - 2.1 สื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบสารคดีเชิงข่าว
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ จุลสาร ข่าวแจก เป็นต้น
 - 2.3 แอลงข่าว
3. จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการ
 - 3.1 รณรงค์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน คู่มือ เป็นต้น
 - 3.2 ปลุกฝังจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชนของชาติโดยการสนับสนุนให้ทำกิจกรรมสุขภาพ
 - 3.3 จัดกิจกรรมในพื้นที่ เช่น กิจกรรมรณรงค์ ตรวจเยี่ยม กิจกรรมประกวดเรื่องเล่า เป็นต้น
4. สร้าง สนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน เช่น เครือข่าย ออย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

ตัวชี้วัด/เป้าหมาย

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

1. ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
2. ร้อยละ 82.5 ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

1. จำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน 306 เรื่อง/369 ครั้ง
2. จำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง จำนวน 4 โครงการ



งบประมาณ

82,144,300 บาท

- | | | |
|---------------------|------------|-----|
| 1. งบดำเนินงาน | 76,664,300 | บาท |
| 2. งบลงทุน | 650,000 | บาท |
| 3. งบกระทรวงพาณิชย์ | 4,830,000 | บาท |

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
2. ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง
3. ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย.

กิจกรรม

(ตามตารางแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2554)



ผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ 2554

ในปีงบประมาณ 2554 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับงบประมาณ 112.08 ล้านบาท ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ ออย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย สายด่วน ออย.1556 เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดคล้องประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ในปี 2554 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2554 ดังนี้

ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

1) ถ่ายทอดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บทความ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ วีซีดี จดหมายข่าว รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบ Audio text และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการติดต่อทางปัญญาให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย คุ่มค่า ซึ่งจากผลการวิจัยเรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2554 พบว่า ร้อยละ 90.6 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค

ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน โดย

1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์

- ผลิตและเผยแพร่รายการสารคดีโทรทัศน์
 1. รายการ “7 หมายเลข 1” ความยาว 1 นาที เผยแพร่ตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2554 ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 วันพุธ-พฤหัสบดี เวลา 16.59-17.00 น. จำนวน 10 เรื่อง
 1. อ่านฉลากโภชนาการปลอดภัย...ห่างไกลโรคอ้วน
 2. ล้างผักอย่างไร ลดสารพิษตกค้าง
 3. ยาปฏิชีวนะ...อย่าใช้พร่ำเพรื่อ
 4. รู้ทัน...ผลิตภัณฑ์ผิว ฝ้า หน้าขาว
 5. การเลือกใช้เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย



6. เพิ่มไอโอดีน เพิ่มไอคิว
 7. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับการเลือกซื้ออย่างรู้เท่าทัน
 8. เลือกซื้อ...หน่อไม้ปืบให้ปลอดภัย
 9. เลือกบริษัทกำจัดแมลงในบ้านเรือน...อย่างไรดี
 10. หลีกเลียงอย่างไร...ห่างไกลสเต็มรอยด์
2. รายการ “คัดข่าวเด่น” ความยาว 3 นาที (GDA) เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง NBT ทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เวลา 23.00-23.55 น. จำนวน 10 เรื่อง
1. ฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ
 2. จีดีเอ สื่อสัญลักษณ์ด้านโภชนาการ
 3. อ่านฉลาก จีดีเอ เพื่อสุขภาพของคนไทย (1)
 4. อ่านฉลาก จีดีเอ เพื่อสุขภาพของคนไทย (2)
 5. อ่านฉลาก จีดีเอ เพื่อสุขภาพของคนไทย (3)
 6. จีดีเอ สัญลักษณ์ด้านภัยใกล้ตัว (1)
 7. จีดีเอ สัญลักษณ์ด้านภัยใกล้ตัว (2)
 8. กินดี อยู่ดี ต้องเลือกซื้ออาหารติดฉลากจีดีเอ
 9. ติดฉลากจีดีเอ เพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย
 10. โภชนาการดี...โภชนาการแบบจีดีเอ
3. รายการ “อรร้อยร้อยล้าน” ความยาว 1 นาที เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ทุกวันจันทร์ เวลา 15.35-16.00 น. จำนวน 12 เรื่อง
1. มาตรการกำกับดูแลเชื้ออีโคไลของ อย.
 2. โพิษของอมยิ้มปลอม
 3. วิธีการล้างผักและผลไม้อย่างถูกวิธี
 4. การลดหวาน มัน เค็ม ดีต่อสุขภาพอย่างไร
 5. ไอโอดีน มีความสำคัญต่อร่างกายอย่างไร
 6. วิธีการหลีกเลี่ยงสารแอลกอฮอล์ในถั่วลิสงและพริกป่น
 7. ฉลาก GDA มีประโยชน์กับผู้บริโภคอย่างไร
 8. วิธีเลือกรับประทานหน่อไม้ปืบ
 9. อันตรายของน้ำมันทอดซ้ำ
 10. โฆษณาสื่อท้องถิ่น เชื่อถือได้หรือไม่
 11. กาแฟลดความอ้วนได้จริงหรือไม่
 12. กว๊านเดียวมีวิธีการเลือกรับประทานอย่างไร
- สัมภาษณ์ผู้บริหาร อย.ทางสถานีโทรทัศน์ ในรายการ “คัดข่าวเด่น” วันศุกร์ที่ 12 สิงหาคม 2554 ทางสถานีโทรทัศน์ NBT เวลา 23.00-23.55 น. ความยาว 10 นาที เรื่อง ฉลาก GDA
 - ผลิตสปอตโทรทัศน์ จำนวน 5 เรื่อง
 1. สายด่วน อย.1556 ความยาว 30 วินาที
 2. เพิ่มไอโอดีน เพิ่มไอคิว ความยาว 30 วินาที
 3. ตกข่าว ความยาว 30 วินาที



4. พลิกซอง มองหาฉลาก GDA ความยาว 30 วินาที
5. เตือนภัย...ยาปลอม ความยาว 30 วินาที



- เผยแพร่สปอตโทรทัศน์ จำนวน 4 เรื่อง รวม 253 ครั้ง
 1. สายด่วน อย. 1556 ความยาว 30 วินาที จำนวน 73 ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 / 11 และ โมเดิร์นไนน์ทีวี
 2. เพิ่มไอโอดีน เพิ่มไอคิว ความยาว 30 วินาที จำนวน 76 ครั้ง ทาง สถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 / 5 / 7 และ โมเดิร์นไนน์ทีวี
 3. ตกข่าว ความยาว 30 วินาที จำนวน 44 ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 / 5 และ โมเดิร์นไนน์ทีวี
 4. พลิกซอง มองหาฉลาก GDA ความยาว 30 วินาที ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 / 7 / โมเดิร์นไนน์ทีวี และ NBT

1.2 ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อวิทยุ

- สารคดีวิทยุ ชุด “ฉลาดกิน ฉลาดใช้ ปลอดภัยบริโภค” ความยาว 1 นาที
เผยแพร่ตั้งแต่เดือนมีนาคม – มิถุนายน 2554 ออกอากาศทางสถานีวิทยุ
ดังนี้
 - FM 95.0 MHz (ลูกทุ่งมหานคร) ทุกวันจันทร์-พฤหัสบดี เวลา 06.40 น.
 - FM 88.5 MHz (ลูกทุ่งไทยแลนด์พลัส) ทุกวันจันทร์-พฤหัสบดี เวลา 17.25 น.
 - FM 92.5 MHz (สวท.) ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 11.35 น.
 - FM 97 MHz

จำนวน 10 เรื่อง เผยแพร่ 519 ครั้ง ดังนี้

1. หน่อไม้ปั่นปิ้งกรด ปลอดภัย ไร้สารโบ툴ีนัม
2. ล้างก่อนกิน
3. อย่าหลงเชื่อคำโฆษณาเกินจริง
4. อย่ากินยาปฏิชีวนะพร่ำเพรื่อ
5. อันตรายจากสารสเตียรอยด์
6. เพิ่มไอโอดีน เพิ่มไอคิว
7. อยากสวย ต้องดูแล
8. ทดสอบก่อนใช้เครื่องสำอาง



9. ตามใจปาก ลำบากที่หลัง
 10. บริษัทกำจัดปลวก
- ผลิตภัณฑ์วิทยุ จำนวน 2 เรื่อง
 1. ตกข่าว ความยาว ๓๐ วินาที
- โครงการรณรงค์เพื่อลดปัญหาการใช้ยาปลอม
2. เตือนภัยยาปลอม (โกะตี้) ความยาว 30 วินาที
- เผยแพร่สื่อบุคคลวิทยุ จำนวน 4 เรื่อง รวม 670 ครั้ง
 1. สายด่วน อย. 1556 ความยาว 30 วินาที จำนวน 30 ครั้ง ทางสถานีวิทยุ FM 98.0 MHz.
 2. หน่อไม้ปั่น ความยาว 30 วินาที จำนวน 370 ครั้ง ทางสถานีวิทยุลูกทุ่งไทยแลนด์ FM 88.5 MHz
 3. ตกข่าว ความยาว 30 วินาที จำนวน 225 ครั้ง ทางสถานีวิทยุ FM 88.5 MHz, FM 100.5 MHz, สถานีลูกทุ่ง Network FM 101.75 MHz
 4. เตือนภัย ยาปลอม ความยาว 30 วินาที ทางสถานีวิทยุ FM 100.5 MHz. จำนวน 45 ครั้ง และ FM 101.75 MHz. จำนวน 45 ครั้ง

1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์



- คอลัมน์ “นิทานนานาชาติ เพื่อสุขภาพกับ อย.” เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด หน้าบันเทิง (วันพุธ) และคมชัดลึก หน้าบันเทิง (วันพฤหัสบดี) ขนาด 12 x 5 คอลัมน์นี้ข่าวดำ เผยแพร่ จำนวน 20 เรื่อง 40 ครั้งดังนี้
 1. สโนไวท์กับผลิตภัณฑ์ย้อมผมสูตรเด็ด
 2. เจ้าชายกบกับยาปฏิชีวนะ
 3. เจ้าหญิงนิทรา เพราะภัยเครื่องนวดไฟฟ้า
 4. หมูน้อยเหวี่ยงแดงกับอาหารหวาน มัน เค็ม



5. เจ้าหญิง (เคย) หน้าดำ กับเจ้าชายอสูร
6. แก้วหน้าม้า แก้วหน้าดำดำด้วยฤทธิ์เครื่องสำอาง
7. นางพันธุรัต เกือบตายเพราะสารสเดียรอยด์
8. ลูกหมูสามตัวกับปลวกตัวร้าย
9. ลูกเป็ดขี้เหร่ อยากตาโตด้วยบิกอาย
10. กระต่ายกับเต่า...สันฤทธิ์เพราะสารพิษตกค้างในผัก
11. ฟีน็อกซีโอ...จุมูกโต เพราะนมบูด
12. แจ็คผู้ขี้แยกับเรื่องของเกลือไอโอดีน
13. เด็กเลี้ยงแกะ ปลอดภัยใช้ยาถูกต้อง
14. ซินเดอเรลล่า ไม่ตกเป็นเหยื่อ ไม่หลงเชื่อง่าย
15. ราชสีห์กับหนู กวนมินโฮ เพราะกลิ่นหอมอันตราย
16. แวมไพร์กับหน่อไม้ป๊อป
17. อะลาดิน กับยาวิเศษ
18. ลุงเพิ่ม ผู้ไม่เคลิ้มกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
19. ทรมวยกับเจ้าตูบ ไม่จูบเพราะ...จีดีเอ
20. รวมพลคนฉลาด รักสุขภาพกับ ออย.

2. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น

2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน ออย. 1556 เป็นบริการให้ความรู้ผ่าน การสื่อสารระบบ Audio text หรือระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียง โทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้ดำเนินการกิจกรรม ดังนี้

1. ดำเนินการจัดจ้าง / ดูแล / พัฒนาระบบ จำนวน 1 ระบบ
2. ผลิตและเผยแพร่ผลิตสคริปต์เนื้อหาใหม่ รู้จักกับ ออย./ข่าวเด่น/ ประเด็นร้อน จำนวน 52 เรื่อง ดังนี้
 - ผลิตสคริปต์เนื้อหาใหม่
 1. อันตรายแฝงจากอาหารที่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ
 2. ล้างผักอย่างไรให้ปลอดภัยจากสารตกค้าง
 3. กินเกลือเสริมไอโอดีน เสริมสติปัญญา
 4. ลดหวาน มัน เค็ม ฉลาดโภชนาการช่วยได้
 5. รู้เท่าทันโฆษณาหลวงโลก อังรักษา เบาหวาน มะเร็ง หัวใจ
 6. ยาแผนโบราณไม่มีทะเบียน แฝงสเดียรอยด์ เสี่ยงอันตราย !!!
 7. ร้านยาคุณภาพ..ความปลอดภัยด้านยาที่คุณสัมผัสได้
 8. ใช้ยาอย่างไรให้เหมาะสม และเกิดความปลอดภัยสูงสุด
 9. สวยอย่างไร ให้ปลอดภัยจากสารห้ามใช้
 10. ยาจุกกันยุง สเปรย์ฉีดไล่แมลงที่มีกลิ่นหอม เสี่ยงกว่าที่คิด ถ้าใช้อย่างไม่ระวัง



- รู้จักกับ อย.
 1. การกิจ อย.
 2. ช่องทางการร้องเรียน
 3. แนะนำคลังความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ข้าวเด่น
 1. รู้เท่าทันไข้หวัดใหญ่ ๒๐๐๙
 2. ปฏิบัติตัวอย่างไรหวั่งไกลไข้หวัดใหญ่
 3. อย.เชือดผลิตภัณฑ์เอนไซม์ เจนิฟูด อวดอ้างสารพัดโลก หลอกลวงผู้บริโภค
 4. โผล่อีก แหล่งผลิตยาหยอดตาสมุนไพรผิดกฎหมาย
 5. อย.เตือน คลินิก สถานเสริมความงามอย่าโฆษณาโอ้อวด หลอกลวงเครื่องมือแพทย์
 6. ลุยตรวจบีกอายส์ทั่วกรุง พบผิดกฎหมายเพียบ
 7. อย.ตรวจเข้มอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น หลังโรงงานไฟฟ้า นิวเคลียร์ระเบิด
 8. เผยผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารที่นำเข้าจาก ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ ๑๖-๑๙ มีนาคม ๒๕๕๔
 9. อย.ยืนยัน ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนยารัดกุม คำนึงถึง ประสิทธิภาพการรักษา และความปลอดภัยของผู้ใช้
 10. รายงานสถานการณ์ผลการตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารที่ นำเข้าจากญี่ปุ่น ระหว่าง วันที่ ๑๖-๒๗ มีนาคม ๒๕๕๔
 11. รายงานสถานการณ์ผลการตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารที่ นำเข้าจากญี่ปุ่น ระหว่าง วันที่ ๑๖-๒๓ มีนาคม ๒๕๕๔
 12. อย. “เผา” ทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลาง ครั้ง ประวัติศาสตร์” น้ำหนัก รวมกว่า ๒๐,๐๐๐ กิโลกรัม มูลค่ากว่า ๔๕๐ ล้านบาท
 13. ผู้ประกอบการเฮ! อย.เปิดให้บริการ “คลินิกแก้ไขปัญหา การขออนุญาตกับ อย.”
 14. อย.ห่วงใย ผู้บริโภคตะลุยตรวจผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั่ว กรุงเทพฯ และปริมณฑล
 15. อย.ขีด เส้น ๑๔ กันยายน นี้ออกกฎบังคับเพิ่มต้องมี “เลขที่ใบรับแจ้ง” บนฉลากเครื่องสำอาง เพื่อผู้บริโภค ง่ายต่อการตรวจสอบ
 16. อย.แนะ การจัดซื้อและเช่าเครื่องมือแพทย์ต้องถูก กฎหมาย โดยออกคู่มือแนะแนวทางสถานพยาบาลทุก แห่ง พร้อมคาดโทษผู้กระทำผิด มีโทษหนักถึงติดคุก



17. อย.คุมเข้มยาแก้หวัดสูตรผสมที่มีส่วนประกอบชูโดอีพีรีดิน ปริมาณ จำหน่ายแก่ผู้รับอนุญาตผลิตนำเข้าและร้านขายยาสังกัดกันการผลิตสารตั้งต้นเพื่อผลิตยาเสพติด
18. อย.จับอ้อมยิ้มปลอมย่านทุ่งครุ
19. อย.ประกาศบังคับใช้ฉลากโภชนาการ (GDA) ๒๔ ส.ค.นี้หวังให้คนไทยสุขภาพดี
20. อย.ทลายแหล่งจำหน่ายยาฉีดก lutka ไรโอน
21. อย.เข้ม ขึ้นทะเบียนและการแสดงฉลากวัตถุอันตราย
22. อย.เผาใหญ่! ยาเสพติด จำนวนรวมกว่า ๒,๔๒๖ กิโลกรัม
23. อย.ทลายกาแฟลดอ้วนร้านขวัญข้าว ดอนเมือง
24. อย.บุกทลายแหล่งเก็บเครื่องมือแพทย์ ยา เครื่องสำอาง ผิดกฎหมายจำนวนมากยึดของกลางมูลค่ากว่า ๖๐ ล้านบาท
25. ยาปฏิชีวนะต้องใช้ในถูกโรค อย่าใช้เองอย่างพร่ำเพรื่อ อาจเกิดอันตรายที่คาดไม่ถึง
26. ช่วยกันลดการบริโภคอาหารรสหวาน มัน เค็ม จะได้ไม่เป็นโรคอ้วนเบาหวานความดันโลหิตสูง
27. สารไอโอดีนมีความสำคัญต่อร่างกาย ควรเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารไอโอดีนโดยดูที่ฉลากของผลิตภัณฑ์
28. อย.ปรับสถานะยาแก้หวัดสูตรผสมชูโดอีพีรีนเป็น "ยาควบคุมพิเศษ" ที่จำหน่ายได้เฉพาะสถานพยาบาล
29. อย.บุกจับเว็บไซต์เถื่อน โฆษณาหลอกลวง ฉีดโบท็อกซ์ และ lutka ไรโอนหญิงสาวหลงเชื่อใช้บริการ
30. อย.ทบทวนคำโฆษณากำกับและฉลากของ "เครื่องดื่มรังก" ป้องกันผู้บริโภคเข้าใจผิด
31. อย.ลุยกวาดล้างแผงลอยขายยาปลูกเชือกซ์ปลอมย่านสุขุมวิทและคลองถมผิดกฎหมาย ทำลายชื่อเสียงท่องเที่ยวไทย
32. อย.กวาดล้างแหล่งจำหน่ายและนำเข้ายาทาเล็บปลอม และสินค้าลอกเลียนแบบแบรนด์ดัง
33. อย.ห่วงใยแนะพ่อแม่สอนเด็กรู้จักวิธีสังเกตลักษณะนมก่อนบริโภค
34. อย.เตือนสาว ๆ ระวังยาฉีด filler ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน ตำรับยาถือเป็นยาเถื่อน อาจเกิดอันตรายได้
35. อย.ขีดเส้นตาย ๑๔ กันยา นี้ ออกกฎบังคับต้องมี "เลขที่ใบรับแจ้ง" บนฉลากเครื่องสำอาง เพื่อผู้บริโภคง่ายต่อการตรวจสอบ
36. อย.เตือน อย่าหลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร "ชั้นคลาร่า" อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ผิดกฎหมาย
37. อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ผิดกฎหมาย อย่าลั้งซื้อ



38. อย.บุกสถานที่จำหน่ายอาหารเจปลอมรายใหญ่อยานสุข
สวัสดิ์พบมีเนื้อสัตว์ผสม
39. อย.เตือนภัยอันตรายยาจิวเจิ้งปูเซิน เจียวหนิงพบลักลอบ
ผสมยาเสริมสมรรถภาพทางเพศ ผู้บริโภคอาจซื้อและ
เสียชีวิตได้
3. ปรับปรุงเนื้อหาสาระน่ารู้ใหม่ จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้
 - อย.คุมเข้ม คลินิก และสถานเสริมความงามทุกแห่ง ต้อง
ปฏิบัติตามกฎหมาย
 - กระเช้าปีใหม่ เลือกร้อยอะไรให้ถูกใจผู้ให้และผู้รับ
4. ผลิตและเผยแพร่เมนูรอบรู้ทันเหตุการณ์ จำนวน 5 เรื่อง ดังนี้
 - ทันเหตุการณ์ด้านยา
 1. เตือนภัยยาปลอม สมุนไพรละลายไขมันสูตร 1, สูตร 2
สวมเลขวะเบียนยาอื่น
 2. อย่าเสี่ยง !! ซื้อยารักษาอาการห่อนสมรรถภาพทางเพศมาใช้เอง
 3. ผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายยาไซบูทรามินในไทย พร้อมใจยกเลิก
ทะเบียนตำรับยา เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
 - ทันเหตุการณ์ด้านอาหาร
 1. ลงดาบบริษัทผลิตและนำเข้าอาหารเจผสมเนื้อสัตว์
หลอกลวงผู้บริโภค
 2. อย่าตกเป็นเหยื่อโฆษณาน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าวสารพัดประโยชน์
5. แนะนำเนื้อหาเด่น ข่าวเด่น จำนวน 25 เรื่อง
6. ประชาสัมพันธ์การใช้สายด่วน อย. 1556 จำนวน 28 ครั้ง
7. ยอดผู้ให้บริการ สายด่วน อย. 1556 จำนวน 134,573 สาย

2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ www.oryor.com เป็นช่องทางที่มีการ
นำเสนอข้อมูล ในรูปแบบการตูนที่ทันสมัย สีสันสดใส และสอดใส่ความ
สนุกสนาน เพื่อให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้
บริการ นอกจากนั้น www.oryor.com เป็นเว็บไซต์ที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูล
ขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อมีเดียหลากหลายรูปแบบของ อย. ที่ได้เผยแพร่ผ่าน
สื่อมวลชน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยมีการจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบและ
หมวดหมู่ ง่ายต่อการค้นหา รวม 12 เมนู เช่น อย.แอนิเมชั่น อย.เกมโซน อย.
เรียเตอร์ อย.สเตชั่น อย.การ์ตูน เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้มีการผลิต
และเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวโดยการนำความรู้ผ่านเมนูต่าง ๆ รวม
50 เรื่อง ดังนี้





1. **เมนู ORYOR Animation** การ์ตูนแอนิเมชันสี่สัปดาห์ สนุกสนาน จำนวน 3 เรื่อง
 - ชุด ชุมชนสุขภาพดีกับ ออย. ตอน “หวาน มัน ฉ่ำ คือเธอ” (หวาน มัน เค็ม)
 - ตอน "ยาปฏิชีวนะ อย่าใช้เรื่อยเปื่อย"
 - ตอน "ว่าด้วยเรื่องไอโอดีน"
2. **เมนู ORYOR GameZone** โซนสนุกสนานที่ให้ความรู้ผ่านเกมใหม่ ๆ จำนวน - เรื่อง
3. **เมนู ORYOR Report** ได้รวบรวมข่าวสารประเด็นร้อนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือผลงานต่างๆ ของ ออย. โดยผ่านรูปแบบการนำเสนอเป็น ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่ง และยังสามารถดาวน์โหลดข้อมูลหรือสาระความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องไปใช้ได้อีกด้วย จำนวน 38 เรื่อง ได้แก่
 1. ออย.เตือน ผู้บริโภค ระวังลูกเล่นโฆษณา หวังแฝงไอ้จระเข้
 2. ออย.ทลายแหล่งผลิตและนำเข้าอาหารเจสมเนื้อสัตว์ วอนผู้บริโภค ช่วยกันเป็นหูเป็นตา
 3. อย่าหลงเชื่อ !!! โฆษณาไอ้จระเข้ ออวดสรรพคุณ อ้างผสมเซลล์ต้นกำเนิด จากพืชในเครื่องสำอาง
 4. อย่าคิดซื้อยารักษาอาการหย่อนสมรรถภาพทางเพศใช้เอง เสี่ยง...อันตรายถึงชีวิต
 5. ไว้มเล็ก...ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าว อ้างรักษาได้สารพัดโรค
 6. ยกเลิกทะเบียน "ยาไซบูทรามิน" หลบพบลักลอบใส่ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร..โฆษณาอ้างลดอ้วน เสี่ยงอันตราย
 7. ยึด आयुต์ ยาปลอมกว่า 20 ล้านบาท ย่านบางขุนเทียน



8. อยากสวย อย่าเสี่ยง เชื่อโฆษณาไอ้อวด ทำให้ผิวใส ขาวเต่ง
อันตราย !!
9. อย.เตือน เจ้าหน้าที่นาหวะวังใช้หัวดีใหญ่ระบาด
10. พบอีก...โรงงานผลิตและจำหน่ายยาปลอมรายใหญ่ เตือนผู้บริโภค
ซื้อยาจากร้านขายยาที่มีใบอนุญาตปลอดภัยสุด
11. เลือกกระเช้าดีดี ส่งความสุขวันปีใหม่
12. เลือกกระเช้าปีใหม่ ให้ได้ของดีมีคุณภาพ ต้องดูฉลาก
13. อย่าหลงเชื่อ "เครื่องดื่ม เอนไซม์ เจนิฟู้ด" อ้างรักษาได้สารพัดโรค
14. ความเข้าใจที่ถูกต้องของกลิ่นผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่ใช้ใน
บ้านเรือน
15. บุกจับบักอายส์ผิดกฎหมาย 6 ห้างดังกลางกรุง มูลค่ากว่า 3 แสนบาท
16. สวยไม่เสี่ยง...อย่าหลงเชื่อสถานเสริมความงามโฆษณาไอ้อวด
17. บริษัท สถานประกอบการ บริการกำจัดแมลง ต้องขึ้นทะเบียนกับ อย.
18. อย.จับมือ บก.ปคบ.จับ แหล่งผลิตยาหยอดตาสมุนไพรผิดกฎหมาย
หลายแหล่งผลิตขายยาสัตว์ วัตถุอันตรายผิดกฎหมายรายใหญ่
19. อย.รัดกุมขึ้นทะเบียนยา ยืนยัน ยากุลโคซามิน ซัลเฟต ผ่านขั้นตอน
การขึ้นทะเบียนครบถ้วน ถูกต้อง
20. อย.คุมเข้มอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น ป้องกันปนเปื้อนสารกัมมันตรังสี
21. อย.เข้ม ตรวจสอบอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่นต่อเนื่อง ป้องกันปนเปื้อนสาร
กัมมันตรังสี โดยเฉพาะผัก-ผลไม้
22. อย.คุมครองผู้บริโภค จัดเผาทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลางครั้ง
ใหญ่ มูลค่าหลายร้อยล้านบาท
23. อย.เตือน ยาลดความอ้วน อันตรายถึงชีวิต
24. ผู้บริโภคหายห่วง อย.มีมาตรการคุมเข้ม อาหารนำเข้าจากญี่ปุ่นทุก
ชนิดปลอดภัย
25. อย.เพิ่มช่องทางใหม่ “คลินิกแก้ไขปัญหาการขออนุญาตกับ อย.”
สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น
26. แพ้ย้า อันตรายถึงชีวิต พบแพทย์ต้องแจ้งให้ทราบ
27. อีกไม่นาน ฉลากผลิตภัณฑ์วัตถุอันตราย เข้าสู่ระบบสากล
28. อย.ออกคู่มือแนะแนวทางการจัดซื้อและเช่าบริการเครื่องมือแพทย์
พร้อมคาดโทษผู้กระทำผิด มีโทษหนักถึงติดคุก
29. บุกจับแหล่งจำหน่ายยาฉีดกลูตาไธโอน พร้อมผลิตภัณฑ์ไอ้อวด
สรรพคุณ โฆษณาผ่านเว็บไซต์
30. ประกาศบังคับใช้ฉลากโภชนาการรูปแบบ GDA บนฉลากอาหาร
แล้ว ดีเคย์ 24 ส.ค. 54 นี้
31. อย.บุกจับแหล่งผลิตอมยิ้มปลอม ย่านทุ่งครุ พร้อมแนะผู้ปกครองถึง
วิธีเลือกซื้อขนม



32. พบสารก่อมะเร็งในเครื่องดื่มของไต้หวัน อย.เร่งตรวจสอบเครื่องดื่ม
นำเข้า วอนผู้บริโภคอย่าตื่นตระหนก
 33. ฉลากโภชนาการ GDA เข้าใจง่าย บังคับใช้แล้ว
 34. อย.ตรวจสอบกาแฟและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หวั่น โฆษณาโอ้อวด
สรรพคุณเกินจริง
 35. ทลายโกดังเก็บผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ยึดของกลางกว่า ๖๐
ล้านบาท
 36. จับอีกแล้ว เว็บไซต์โฆษณาฉีดโบท็อกซ์และกลูตาไธโอน
 37. ลุยกวาดล้างร้านค้าแผงลอยขายยาปลอมเช็กซ์ปลอม ย่านสุขุมวิท
และคลองถม
 38. เตือนสาว ๆ โปรดระวังการใช้บริการฉีด filler จากยาที่ไม่ได้ขึ้น
ทะเบียน
4. เมนู ORYOR Fact Sheet ข้อมูลสุขภาพจาก อย. โดยมีเนื้อหา
วิชาการที่อ่านง่าย สีสันสะดุดตา จำนวน 7 เรื่อง ดังนี้
1. ไอคิวดี ไอโอดีนช่วยได้
 2. ก้าวทัน เซลล์ต้นกำเนิดในเครื่องสำอาง
 3. ไอโอดีน สำคัญนะ
 4. ดูแลใส่ใจ ป้องกันไข้หวัดใหญ่ ๒๐๐๙
 5. รู้ทันโฆษณาเครื่องมือแพทย์หลอกหลวง
 6. กาวติดขนตา
 7. สัญลักษณ์ทางโภชนาการแบบ จีดีเอ (GDA)

2.3 จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning

1. ผลิตและเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ระบบ E-learning ชุด “4.1 ชำ
ครอบครัวฮาเฮ ฉลากเลือก ฉลาดใช้ กับผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์”

2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ/โปสเตอร์/บทความรู้/คู่มือ

- ผลิตและเผยแพร่แผ่นพับ จำนวน 5 เรื่อง ได้แก่
1. อสม.พลังยิ่งใหญ่ คนไทยปลอดภัยบริโภค จำนวน 1,000,000 แผ่น
 2. ฉลาดอ่านฉลาก ลดหวานมันเค็ม จำนวน 200,000 แผ่น
 3. รู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 140,000 แผ่น
 4. เครื่องหมาย อย.กับผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 140,000 แผ่น
 5. เตือนภัย...อันตราย กาแฟลดความอ้วน จำนวน 140,000 แผ่น





- ผลิตและเผยแพร่คู่มือ จำนวน 5 เรื่อง ได้แก่

1. อสม.พลังยิ่งใหญ่ คนไทยปลอดภัยบริโภคราย จำนวน 120,000 เล่ม
2. คู่มือปฏิบัติการ รพ.สต.ชุด บริโภคปลอดภัย คนไทยแข็งแรง จำนวน 12,000 เล่ม
3. คู่มือปฏิบัติงาน อสม.พลังยิ่งใหญ่ คนไทยปลอดภัยบริโภคราย ครั้งที่ 2 จำนวน 500,000 เล่ม
4. คู่มือ เรื่องบันทึก (ไม่) ลับฉบบสวดยพริ้งอย่างปลอดภัย จำนวน 87,000 เล่ม
5. คู่มือปฏิบัติงาน อสม.พลังยิ่งใหญ่ คนไทยปลอดภัยบริโภคราย ครั้งที่ 3 จำนวน 550,000 เล่ม



2.5 ผลิตและเผยแพร่จุลสาร อย. Report

- ผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าว "อย. Report" เดือนละ 1 ฉบับ ๆ ละ 18,000 เล่ม เผยแพร่ไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ โรงเรียน อย.น้อย ร้านขายยาทั่วประเทศ สำนักอนามัย สำนักงานเขต และผู้สนใจทั่วไป



2.6 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ

- ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ ชุด “รู้จักกิน รู้จักใช้ ปลอดภัย ปลอดภัย โรค” จำนวน 15 เรื่อง / 6,660 ชุด
- ผลิตนิทรรศการเพื่อแสดง ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงานอื่นที่ขอสนับสนุน จำนวน 83 ชั้น ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 29 ครั้ง
- ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 12 ครั้ง

สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย

1. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ ในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. ผลิตและเผยแพร่สารคดีเชิงข่าว/เรื่องเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์

- สกู๊ปข่าวทางสถานีโทรทัศน์ ความยาว 1 นาที ในรายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ช่อง 3 และ ช่วงข่าวภาคค่ำ ช่วงที่ 1 ช่อง 7 จำนวน 13 เรื่อง 15 ครั้ง
 1. ออย.คุมเข้มสารกัมมันตรังสีอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
 2. ปีกอวย
 3. การเผาทำลายสุสานที่ไม่ได้คุณภาพ
 4. ออย.รวมพลังเครือข่ายภาคประชาชน นำชุมชนเฝ้าระวังโฆษณาหลวง
 5. ออย.ประกาศบังคับใช้ฉลากโภชนาการ (GDA) หวังให้คนไทยสุขภาพดี
 6. เผาของกลางยาเสพติด
 7. ออย.บุกทำลายแหล่งเก็บเครื่องมือแพทย์ ยา เครื่องสำอาง
 8. ออย.จัดระเบียบโฆษณาเครื่องสำอาง
 9. ออย.จับคลินิกความงามชื่อดัง
 10. จับกุมเว็บไซต์โฆษณาฉีดโบท็อกซ์และกลูต้าไธโอน
 11. ออย.รับมือโลกเปลี่ยนแปลง...ความเสี่ยงเปลี่ยนไป
 12. ออย.บุกทำลายยาปลูกเชื้กซ์ และเชื้กซ์ทอย
 13. ออย.เตือนยาฉีด filler ยี่ห้อ teosyal



2. ผลิตภัณฑ์และเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์



- เผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน โพสต์ทูเดย์ เดลินิวส์ คมชัดลึก มติชน ข่าวสด บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ จำนวน 21 เรื่อง 105 ครั้ง
 1. ย้ำชัด ๆ ก่อนหมดเวลาภายใน 31 ธันวาคม 53 อย่าลืมนัดแจ้งเครื่องสำอาง กับ อย.
 2. คนไทยฉลาดต้องไม่ขาดไอโอดีน
 3. ของขวัญชิ้นใหญ่ ส่งถึงคนไทยทั่วประเทศ ต้อนรับปีกระต่าย "คนไทยฉลาดต้องไม่ขาดไอโอดีน"
 4. ครบรอบ 36 ปี อย.กับการอยู่เคียงข้างคนไทย "คุ้มครอง ห่วงใย ใส่ใจคุณภาพ"
 5. กาแฟลดความอ้วน ทางลัดอันตรายที่คนอยากผอมต้องระวัง
 6. จิ้งหรีดวิตามินบี 12 ช่วยให้ฉลาด มีความคิดดี ๆ ?
 7. ระวังภัย สถานเสริมความงาม คลินิก ใช้เครื่องมือแพทย์ไม่ได้ผ่านการอนุญาตจากอย. ผู้ใช้ไม่เชี่ยวชาญ เสี่ยง! หน้าเสียโฉม
 8. น้ำมันทอดซ้ำอันตราย เสี่ยง! มะเร็งร้ายถามหา
 9. อย่าหลงเชื่อโฆษณาอาหาร "เอนไซม์ เจนิฟูด" ขี้จุ..รักษาโรค
 10. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ใช่ยา อย่าหลงเชื่อโฆษณาไอ้จิ้งจอก อ้างรักษาสารพัดโรค ระวัง! อันตรายที่แฝงมา
 11. แพชั่น "ปึกอ้าย" สวย แต่...อันตราย
 12. ปราบปรามจริงจัง...ยับยั้งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย
 13. เมาทำลายสิ้นซาก! ปิดฉากผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลางผิดกฎหมาย ประกาศเดินทางตรวจสอบเข้มข้นทุกแหล่ง ผู้ทำผิดมีโทษถึงคุก
 14. หน่อไม้ป๊อปปรักรด เปรี๊ยะสัณนิทชีวิตและปลอดภัย
 15. ปี 3 แล้วจ้า! อย.เพิ่มรางวัลอย่างจุใจ "อย. Quality Award ปี 2554" ส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 16. อย. Quality Award ปี 2554" ส่งเสริมสถานประกอบการดีจริยธรรมเด่น
 17. สืบค้นง่าย ได้ข้อมูลฉับไว เพียงใช้ "เลขที่ใบรับแจ้ง" บนฉลากเครื่องสำอาง ค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์

18. อันตรายถึงชีวิต ! อย่าคิดซื้อยาจากตลาดนัด แผงลอย รถเร่
 19. สุดสะดวกต่อใบอนุญาตยาและวัตถุเสพติดทางไปรษณีย์
 20. สืบค้นง่ายได้ข้อมูลฉบับไว เพียงใช้ “เลขที่ใบรับแจ้ง” บนฉลากเครื่องสำอาง
ค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์ ออย.
 21. ฉลากโภชนาการ GDA บังคับใช้เป็นกฎหมายแล้วตั้งแต่ 24 ส.ค. 54 ออย.ช่วย
ผู้บริโภคชาวไทยมีสุขภาพดี
- สกู๊ปข่าวทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน ๓ เรื่อง
1. เข้ม ๕ ฉลากอาหาร แก่! เด็กติดหวาน
 2. เลือกซื้อไม่ดี มีภัย “สินค้าอันตราย” จับเท่าไรก็ไม่หมด
 3. มหันตภัยยาปลูกแซ็กซ์เถื่อน ออย.ออกโรงเตือนผู้บริโภค..ระวังอันตรายถึงชีวิต
3. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ทางสถานี FM 92.5 MHz ความยาว 1 นาที
จำนวน 17 เรื่อง
1. ออย.เตือนคลินิกและสถานเสริมความงาม อย่าโฆษณาโอ้อวดหลอกลวง เครื่องมือ
ทางการแพทย์ที่ใช้ในสถานประกอบการเสริมความงามต้องขออนุญาตนำเข้า หาก
ตรวจพบมีโทษทั้งจำและปรับ ออย.ตรวจเข้ม
 2. ออย.เชือดโฆษณาผลิตภัณฑ์ เอนไซม์ เจนิฟูด หลังดื้อแพ่งไม่ระงับโฆษณา
 3. ออย.แจ้งขั้นตอนการขึ้นทะเบียนยารัดกุมยืนยัน “ยาเกลือโซเดียม ซัลเฟต” ผ่านขั้นตอน
การขึ้นทะเบียนตามกระบวนการที่ถูกต้องครบถ้วน
 4. ออย.เข้ม การนำเข้าอาหารและเครื่องสำอาง สกัดกันสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
 5. ออย.เจ้าภาพประชุมผู้เชี่ยวชาญความปลอดภัยด้านอาหารระดับอาเซียน ครั้งที่ 8
 6. ออย.จับมือ บก.ปคบ.บุกตรวจสถานที่แจก “ชา” กลางกรุงอ้างลดเบาหวานและรักษา
สารพัดโรค
 7. ออย.เตือนผู้ป่วยมีประวัติแพ้ยาต้องแจ้งแพทย์ทราบ เพื่อหลีกเลี่ยงยาที่แพ้ หวั่น
อันตราย
 8. ออย.เผยมติคณะกรรมการอาหาร เรื่อง GDA และมาตรฐานอาหารปนเปื้อนไขมันตรังสี
 9. ออย.เตรียมเผาของกลาง อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์เถื่อน หลอกลวง
ผู้บริโภค น้ำหนักกว่า 20,000 กิโลกรัม มูลค่ากว่า 450 ล้านบาท 29 เมษายนนี้
 10. ออย.คลายกังวลให้คนกินเส้น เผย มาตรการคุมเข้มโรงงานเส้นก๋วยเตี๋ยว
 11. ดีเดย์ 14 ก.ย. 54 นี้ ออย.เผยโฉมหน้า ! ผู้ชนะการประกวดเรียงความ เรื่องเล่า
“ฝาก ออย.เตือนภัย”
 12. จับกุมเว็บไซต์มหาภัย โฆษณาฉีดโบท์ออกซ์และกลูต้าไธโอนผิดกฎหมาย หลอกลวง
สาวใช้บริการ
 13. ออย.เปิดตัว ! ผู้ชนะการประกวดเรียงความเรื่องเล่า “ฝาก ออย.เตือนภัย”
 14. ออย.เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพรับมือ “โลกเปลี่ยนแปลง...ความเสี่ยงเปลี่ยนไป”
 15. ค้นหาคนดีสู่ปีที่ 3 ออย.มอบรางวัล Quality Award ปี 2554 เชิดชูสถาน
ประกอบการดี จริยธรรมเด่น



16. อย.ทบทวนคำโฆษณาการก้ามและฉลากของ “เครื่องต้มรังนก” ป้องกันผู้บริโภคเข้าใจผิด
17. อย.เตือน!!! ยาฉีดคีโตริโซน (Ketrixone) ผิดกฎหมายเป็นอันตรายต่อผู้ใช้

2. ประชาสัมพันธ์ทั่วไป

2.1 ตรวจและวิเคราะห์ข่าว จำนวน 13,983 เรื่อง

2.2 แลงข่าว จำนวน 30 เรื่อง

1. จุรินทร์ สั่งลุยบริษัทผลิตและนำเข้าอาหารเจ ผสมเนื้อสัตว์ มูลค่ากว่า 3 ล้านบาท หลอกลวงผู้บริโภคในช่วงเทศกาลกินเจ
2. บุกทลายโรงงานผลิตยาปลอม ย่านบางขุนเทียน ยึดและอายัดของกลาง มูลค่ากว่า 20 ล้านบาท
3. บุกทลายโรงงานพร้อมจับกุมขบวนการลักลอบผลิต นำเข้า และจำหน่ายยาปลอมรายใหญ่ พบยาทำแท้งกว่าแสนเม็ด และยาผิดกฎหมายจำนวนมาก มูลค่ากว่า 30 ล้านบาท
4. อย. จับมือ สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย สมาคมผู้ผลิตสบู่ไทย สิ่งขำระล้าง และผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลและสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ร่วมกันคุ้มครองผู้บริโภคจากโฆษณาเกินจริง
5. จุรินทร์ นำตรวจกระเช้าปีใหม่ เน้นเลือกของดีมีคุณภาพและปลอดภัย เพื่อสุขภาพที่ดีของประชาชน
6. ทลายแหล่งค้าปลีกและขายส่งกาแฟใส่สารไซบูรทรามิน อันตราย! พร้อมยาแผนโบราณไอ้อวดสรรพคุณเกินจริง ย่านบึงกุ่ม มูลค่ากว่า 6 แสนบาท
7. อย.เปิดตัวสังคมออนไลน์ Facebook/Twitter "FDAthai" รวดเร็ว ฉับไว โดนใจผู้บริโภค
8. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.บุกจับแหล่งผลิตยาเถื่อนรายใหญ่ ส่งขายคลินิกผิวหนังทั่วประเทศมูลค่ากว่า 30 ล้าน
9. ล่อซื้อยาย่านพัฒนพงศ์ อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.บุกจับร้านขายยา พบยาปลอมและยาไม่มีทะเบียนจำนวนมากมูลค่ากว่า 3 ล้านบาท
10. พบอีก แหล่งผลิตยาหยอดตามสมุนไพรผิดกฎหมาย ย่านลาดกระบัง อย.จับมือ บก.ปคบ.บุกตรวจจับหลังรับเรื่องร้องเรียน
11. ทลายแหล่งผลิต / ขายยาสัตว์ และวัตถุอันตรายผิดกฎหมายรายใหญ่ ย่านลำลูกกา ตัดวงจรส่งยาสัตว์ปลอม ป้องกันสัตว์เลี้ยงปลอดภัย
12. อย. - บก.ปคบ.ลุยตรวจคอนแทคเลนส์ "บิ๊กอายส์" ทั่วกรุง จับยึดบิ๊กอายส์ผิดกฎหมายได้นับพัน
13. อย.จับมือ บก.ปคบ.ตรวจจับโรงงานผลิตน้ำมันพืชทอดซ้ำ บรรจุใส่ซองขายให้ผู้ค้ารายย่อย
14. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.บุกทลายแหล่งลักลอบขายยาปลูกเชื้อซึ่ปลอม ย่านสุขุมวิท พบยา อาหารผิดกฎหมายเพียบ! มูลค่ากว่า 2 ล้านบาท
15. อย.เผยเพิ่มมาตรการเข้ม คุมอาหารที่นำเข้าจากญี่ปุ่น โดยเฉพาะผัก-ผลไม้



16. ออย.เผยมติคณะกรรมการอาหารเรื่อง GDA และมาตรฐานอาหารปนเปื้อน
กัมมันตรังสี
17. ปิดฉากอาหารปลอม ยาเถื่อน เครื่องสำอางอันตราย เครื่องมือแพทย์นัก
กฎหมาย เฝ้าทำลายครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ น้ำหนักกว่า 2,000 กก.
มูลค่ากว่า 450 ล้านบาท
18. ทลายแหล่งผลิตอมยิ้มปลอม ย่านทุ่งครุส่งขายตามตลาดน้ำ อันตรายต่อเด็ก
19. 24 ส.ค. 54 ออย.ประกาศบังคับใช้ฉลากโภชนาการ (GDA) หวังให้คนไทยสุขภาพดี
20. ทลายแหล่งจำหน่ายยาฉีดยาเถื่อน อาหารเสริมไอ้อดสรพคุณ อ้างทำ
ผิวขาวโฆษณาผ่านเว็บไซต์ หลอกหลวงหญิงสาว
21. รัฐสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนจากเครื่องสำอางค์เครื่องสำอางค์
หวังช่วยคนไทยได้บริโภคผลิตภัณฑ์คุณภาพ ไม่เป็นโรคขาดสารไอโอดีน
22. ได้ฤกษ์เผาใหญ่ ! ยาเสพติดจำนวนกว่า 2,426 กิโลกรัม มูลค่ารวมกว่า
7,400 ล้านบาท (24 มิ.ย.นี้)
23. บุกทลายแหล่งเก็บเครื่องมือแพทย์ ยา เครื่องสำอางผิดกฎหมาย จำนวน
มาก ยึดของกลางมูลค่ากว่า 60 ล้านบาท
24. จับกุมเว็บไซต์มหาภัย โฆษณาฉีดโบท็อกซ์และกลูตาไธโอนผิดกฎหมาย
หลอกหญิงสาวใช้บริการ
25. ออย.ร่วมกับ บก.ปคบ.ลุยกวาดล้างแผงลอยขายยาปลูกเชื้อพิษปลอม ย่าน
สุขุมวิทและคลองถมเร่งขยายผลจับกุมเอเยนต์ใหญ่ค้ายาผิดกฎหมาย มิให้
ทำลายชื่อเสียงท่องเที่ยวไทย
26. บุกเชือดโรงเรียนสอนต่อเล็บ 2 แห่ง ย่านลาดพร้าวและสามเสนปลอม
สินค้า ลักลอบนำเข้าและจำหน่ายยาทาเล็บ ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บยี่ห้อ OPI
โดยไม่ได้รับอนุญาต
27. ออย.เตือน เรื่อง ยาฉีด filler ยี่ห้อ “TEOSYAL”
28. ออย.จับมือ บก.ปคบ.ลุยเมืองอุดร กวาดจับร้านขายยาผิดกฎหมาย
29. บุกจับผู้ลักลอบขายยาฉีดเสริมความงามผิดกฎหมายจำนวนมากย่านนวมินทร์ใช้
ชื่อ อีเมล 108 healthyplus เตือนแพทย์ ประชาชน ระวังอย่าซื้อ
30. บุกสถานที่จำหน่ายอาหารเจปลอมรายใหญ่ย่านสุขสวัสดิ์ พบมี DNA
เนื้อสัตว์ผสม หลอกหลวงผู้บริโภคในช่วงเทศกาลกินเจ
31. ผลงานปราบปรามผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายครั้งใหญ่ ส่งท้ายปี 54
จับผลิตภัณฑ์ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง ผิดกฎหมาย 5 แห่ง
รวมมูลค่ากว่า 13 ล้านบาท

2.3 จัดทำข่าวแจก จำนวน 111 เรื่อง

1. ออย.เผยโฆษณาไอ้อดสรเกินจริงอ้างเซลล์ต้นกำเนิดจากพืชในเครื่องสำอาง
เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ
2. ดีเดย์ 31 ธ.ค. 53 เปลี่ยนบริโภค น้ำปลา น้ำเกลือปรุงอาหาร ซอสปรุงรส
ซีอิ๊ว ต้องเสริมไอโอดีน ป้องกันคนไทยไอคิวต่ำ



3. อย.เตือน อย่าซื้อยารักษาอาการหย่อนสมรรถภาพทางเพศมาใช้เอง อันตรายถึงชีวิต
4. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าว โวสรพคุณ รักษาสารพัดโรค
5. อย.เผยขณะนี้ได้มีการถอนผลิตภัณฑ์ "ยาไซบูทรามิน" ออกจากตลาด โดยความสมัครใจของผู้ผลิต หลังพบเสี่ยงต่อผู้มีประวัติเป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด ขอให้แพทย์ เภสัชกร งดสั่งจ่ายยาไซบูทรามิน พร้อมเตือนประชาชน ระวังอันตรายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ลักลอบใส่ยาไซบูทรามิน
6. อย.จัดจ้างผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคำขอผลิตภัณฑ์สุขภาพ แรงเดินเครื่อง เผยเพียง ๓ เดือน ผลงานน่าพอใจ พร้อมจะเดินหน้าปรับปรุงบริการให้โปร่งใส และรวดเร็ว
7. อย.จับมือ บก.ปคบ.บุกตรวจแหล่งลักลอบนำเข้าและขายยาผิดกฎหมาย ย่านมหานาค มูลค่ากว่า ๓ แสนบาท จับดำเนินคดีผู้ค้าทันที
8. เตือนเข้ม คลินิกและสถานเสริมความงามทุกแห่ง ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย อย่าโฆษณาโอ้อวดเปิดคอร์สความงาม ทำให้ผิวใส ขาว เต่ง ด้วยวัสดุเครื่องมือทางการแพทย์ พร้อมให้บริการลดน้ำหนักด้วยการใช้ยา หรือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่ใส่ไซบูทรามิน ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับอันตราย อย. ตรวจเข้ม ธันวา นี้
9. อย.เตือน อย่าหลงเชื่อผู้แอบอ้างทำหนังสือครอบ 36
10. สธ.คลอดประกาศ เรื่อง อาหารฉายรังสี ฉบับใหม่ล่าสุด บังคับใช้ เครื่องหมายการฉายรังสี
11. อย.เผยผลผู้กระทำผิดเฉพาะ พ.ร.บ.อาหาร เพียง 1 ปี กว่า 500 ราย
12. นัดหารือผู้ประกอบการ เตรียมพร้อมรับประกาศ 4 ฉบับ เพื่อแก้ไขปัญหา ในทางปฏิบัติ พร้อมเสริมเรื่องการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมไอโอดีนให้มีคุณภาพ มาตรฐานตามกฎหมายกำหนด
13. อย.ย้ำ! 31 ธ.ค.นี้ หมดเวลาผ่อนผัน รับผิดชอบเครื่องสำอางให้แล้วเสร็จ เอาจริง พันกำหนดมีโทษจับปรับ
14. 36 ปี อย. "รวมพลังเครือข่าย เพื่อคนไทยสุขภาพดี"
15. อย.คุมเข้มผู้ประกอบการยกระดับการผลิตอาหาร 4 ประเภทมุ่งสู่ GMP
16. อย.เผย ตั้งศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ศรร.) ร่วม 2 ปี สร้างผลงานช่วยผู้บริโภคให้เป็นเหยื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายผ่านสื่อต่าง ๆ
17. อย.เผย มาตรการคุมเข้มเครื่องในสุกรนำเข้าจากต่างประเทศ
18. อย.เข้ม !!! ออกประกาศกำหนดให้พบสารปนเปื้อน ในผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง ให้ลดเสี่ยงบริโภคสารก่อมะเร็งยิ่งขึ้น
19. อย.เข้ม สั่งฟันโฆษณาผลิตภัณฑ์เอนไซม์ เจนิฟูด อวดอ้างรักษาสารพัดโรค.. โทกทั้งเพเตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ
20. อย.เดินทางผลักดันให้คนไทยทั้งประเทศได้บริโภคเกลือ น้ำปลา น้ำเกลือปรุงอาหาร ขอสปรงรส ซีอิ๊วที่มีไอโอดีน ให้ สสจ.สำรวจโรงงานผลิตทั่วประเทศ



21. อย.แนะ! 7 ขั้นตอนง่าย ๆ ในการเป็นเจ้าของธุรกิจเครื่องมือแพทย์
22. อย.ประกาศ กำหนดข้อความบนฉลากของน้ำปลา น้ำเกลือปรุงอาหาร และผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง และต้องระบุมี "ไอโอดีน" เป็นส่วนผสม
23. อย.เตือนอันตรายจากลวดเย็บกระดาษที่เย็บกระซองขนม
24. อย.เตือนผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่มีกลิ่นหอมยังมีอันตราย
25. อย.เตือนคลินิกและสถานเสริมความงาม อย่าโฆษณาโอ้อวดหลอกลวง เครื่องมือทางการแพทย์ที่ใช้ในสถานเสริมความงาม ต้องขออนุญาตนำเข้า หากตรวจพบมีโทษทั้งจำและปรับ อย.ตรวจเข้ม มีนา นี้
26. อย.เชือด โฆษณาผลิตภัณฑ์เอนไซม์ เจนิฟูด หลังดื้อแพ่งไม่ระงับโฆษณา
27. อย.แจ้งขั้นตอนการขึ้นทะเบียนยารัดกุม ยืนยัน "ยาเกลือโคซามีน ซัลเฟต" ผ่านขั้นตอนการขึ้นทะเบียนตามกระบวนการที่ถูกต้องครบถ้วน
28. อย.เข้ม การนำเข้าอาหารและเครื่องสำอาง สกัดกันสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
29. อย.แนะแนวทางผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการกำจัดปลวกและแมลง พร้อมคุมเข้ม! ผู้ประกอบการ
30. อย.เตรียมปรับฉลาก "อาหาร และขนมกรุบกรอบ" เป็น GDA เน้นอ่านและเข้าใจง่าย ให้รู้สารอาหารที่ได้รับ หวังลดหวาน มัน เค็ม
31. อย.สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค ส่งคุมเข้มอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
32. อย.ลงดาบ บริษัทผู้ผลิต/ผู้นำเข้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งดำเนินคดีฐานแสดงฉลากไม่ถูกต้อง
33. อย.เจ้าภาพประชุมผู้เชี่ยวชาญความปลอดภัยด้านอาหารระดับอาเซียน ครั้งที่ 8
34. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 1) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
35. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 2) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
36. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 3) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
37. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 4) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
38. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 5) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
39. อย.พาสื่อตะลุย จ.กระบี่ เยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านรำหามาด มุ่งยกระดับสู่มาตรฐานจีเอ็มพี และหมู่บ้านชาวเลสังกะอู้ เรียนรู้วิถีชุมชน
40. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 6) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
41. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 7) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น



42. อย.จับมือ บก.ปคบ.บุกตรวจสถานที่แจก "ชา" กลางกรุงอ้างลดเบาหวาน และรักษาสารพัดโรค
43. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 8) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
44. (รายงานผลตรวจครั้งที่ 9) อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
45. เตือนนักท่องเที่ยว "งดหิ้วผัก-ผลไม้จากญี่ปุ่น" เสี่ยงปนเปื้อนสารกัมมันตรังสี
46. อย.เตรียมออกกฎหมายบังคับใช้ฉลากโภชนาการรูปแบบ GDA เน้นอ่านเข้าใจง่าย เร่งทำประชาพิจารณ์หวั่น ลด หวาน มัน เค็ม ในเด็กไทย บริโภคอย่างเหมาะสมกับสุขภาพ
47. อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าญี่ปุ่น (รายงานผลการตรวจครั้งที่ 10)
48. อย.เตือนผู้ป่วยมีประวัติแพ้ยาต้องแจ้งแพทย์ทราบเพื่อหลีกเลี่ยงยาที่แพ้ หวั่นอันตรายทั้งชีวิต
49. อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าญี่ปุ่น (รายงานผลการตรวจครั้งที่ 11)
50. อย.มั่นใจ ภายใน 5 ปี เห็นแนวโน้มลดบ่งชี้อันตรายระบบ GHS พบผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายในไทย
51. ผู้ประกอบการเฮ! อย.เปิดให้บริการ "คลินิกแก้ไขปัญหาการขออนุญาต อย.เมษา" นี้
52. อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าญี่ปุ่น (รายงานผลการตรวจครั้งที่ 12)
53. อย.ออกกฎลำดับเพิ่ม"เลขที่ใบรับแจ้ง" บนฉลากเครื่องสำอาง ดีเดย์ 14 ก.ย.นี้ ช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ง่ายต่อการตรวจสอบ
54. อย.เผย ผลตรวจวัดสารกัมมันตรังสีในอาหารนำเข้าญี่ปุ่น (รายงานผลการตรวจครั้งที่ 13) พร้อมออกประกาศ 2 ฉบับมีผลอ้างอิงใช้แล้ว
55. อย.ปรับระดับการคุมเข้มอาหารทุกประเภทที่นำเข้าจากญี่ปุ่น ขอผู้บริโภควางใจ
56. อย.ย้ำ ! อ่านฉลากบนผลิตภัณฑ์อาหารทุกครั้งก่อนซื้อปลอดภัยกว่า
57. อย.เข้ม ! อาหารนำเข้าจากญี่ปุ่นตามประกาศกระทรวงฯ พร้อมสุ่มตรวจต่อเนื่อง
58. อย.เตรียมเผาผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ เดือนหลอกลวงผู้บริโภค น้ำหนักกว่า 2,000 กิโลกรัม มูลค่ากว่า 450 ล้านบาท 29 เมษายนนี้
59. อย.เผยความคืบหน้ามาตรการอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
60. อย.เดินหน้าคุ้มครองผู้บริโภค ตะลุยตรวจผลิตภัณฑ์สุขภาพทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล เริ่มพฤษภาคมนี้
61. อย.คลายกังวลให้คนกินเส้น เผยมาตรการคุมเข้มโรงงานเส้นก๋วยเตี๋ยว
62. อย.เผยความคืบหน้ามาตรการอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น



63. อย.ออกคู่มือแนะแนวทางจัดซื้อ และเช่าบริการเครื่องมือแพทย์แก่สถานพยาบาลทุกแห่ง พร้อมคาดโทษผู้ผลิต ผู้นำเข้า ชี้นำ มีโทษหนักถึงติดคุก!
64. อย.รวมพลังเครือข่ายภาคประชาชน นำชุมชนเฝ้าระวังโฆษณาหลวง ร่วมคุ้มครองตนเองและชุมชน
65. อย.คุมเข้มยาแก้หวัดสูตรผสมที่มีส่วนผสมชูโดอีฟรึติน ให้ผู้รับอนุญาตผลิต/นำเข้า จำหน่ายได้ไม่เกิน 5,000 เม็ด ต่อแห่ง ต่อเดือน ร้านขายยาห้ามจำหน่ายเกิน 60 เม็ดต่อราย สกัดกั้นการนำไปเป็นสารตั้งต้นยาเสพติด
66. อย.เตรียมคลอดประกาศอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่นฉบับใหม่ มีผลบังคับใช้เร็ว ๆ นี้
67. อย.เผยแพร่ตรวจสอบกาแฟและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เป็นข่าว พบมีการขออนุญาตถูกต้อง แต่หากโฆษณาไม่จริง จะถูกดำเนินคดีอย่างเฉียบขาด
68. อย.เร่งตรวจสอบเครื่องดื่มนำเข้าจากไต้หวัน หลังมีข่าวพบสารก่อมะเร็ง
69. ทะลายร้านขวัญข้าว ย่านดอนเมือง พบกาแฟลดความอ้วนใส่ยาไซบูทรามิน พร้อมเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้เพียบ! มูลค่ากว่า 2 ล้านบาท
70. อย.เฝ้าระวังผักนำเข้าจากยุโรป ทอยยับเก็บตัวอย่างตรวจหาเชื้ออีโคไลสายพันธุ์ O104:H4 ขอให้ผู้บริโภควางใจ แนะนำล้างผักให้สะอาดรักษาสุขอนามัย
71. อย.แจ้ง การขึ้นทะเบียนตำรับยาเอตส์ไม่ซ้หายืดความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ
72. อย.เผย “ฟอร์มาลิน” จัดเป็นสารห้ามใช้ในอาหารหากตรวจพบการปนเปื้อนจะมีโทษหนักทั้งจำทั้งปรับ
73. อย.ติวเข้ม ครูและนักเรียนแกนนำ อย.น้อย ในเขต กทม.หวังสร้างพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เหมาะสมปลอดภัย
74. อย.เข้ม !!! การขึ้นทะเบียนและการแสดงฉลากวัตถุอันตรายทางกระทรวงสาธารณสุขป้องกันการนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์
75. ค้นหาคนดีสู่ปีที่ 3 ! อย.มอบรางวัล อย.Quality Award ปี 2554 เชิดชูสถานประกอบการดีจริยธรรมเด่น
76. อย.เผยความคืบหน้าอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่น
77. แพลกซีท การตรวจสอบ “ร้านเจ้เล้ง” พบผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้าจากต่างประเทศไม่แสดงฉลากภาษาไทยยึดของกลางมูลค่ากว่า 100,000 บาท
78. อย.เผยมาตรการเฝ้าระวังแหล่งผลิต/จำหน่ายอาหารทุกประเภทที่ทำมาจากไก่ ประสาน สสจ.ทั่วประเทศลงพื้นที่ตรวจสอบตลาดสด ร้านอาหารตามสั่ง ร้านปิ้งย่าง อย่างเข้มงวด
79. อย.ชวนพิสูจน์ยาเสพติดก่อนนำไปเผาอย่างโปร่งใส
80. อย.ไม่หยุดยั้ง ขับเคลื่อนหลายมาตรการมุ่งแก้ไขปัญหาค้นหาคนไทยขาดสารไอโอดีน
81. พบรถเร่ขายหนังขาย “ยาแผนโบราณผสมสารสเตียรอยด์” เตือนผู้บริโภคเสี่ยงอันตราย
82. การเข้าสู่ระบบเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพระหว่าง อย.กับ กรมศุลกากร
83. อย.เดินทาง เฝ้าระวังอาหารนำเข้าจากญี่ปุ่นและยุโรป



84. ดีเดย์ 14 ก.ค.54 นี้ อย.เผยโฉมหน้า ! ผู้ชนะการประกวดเรียงความ เรื่อง
เล่า “ฝาก อย.เตือนภัย”
85. อย.เปิดตัว ! ผู้ชนะการประกวดเรียงความเรื่องเล่า “ฝากอย.เตือนภัย”
86. อย.เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพรับมือ “โลกเปลี่ยนแปลง...ความเสี่ยงเปลี่ยนไป”
87. อย.เผยพบเชื้อแบคทีเรียปนเปื้อนในน้ำยาบ้วนปาก “ออร์ล-บี” ขอให้
ประชาชนระงับการใช้
88. อย.เผยมติคณะกรรมการยา ปรับสถานะยาแก้หวัดสูตรผสมชูโดอีเฟดรีน
เป็นยาควบคุมพิเศษ
89. เตือนผู้ประกอบการ อย่าหลงเชื่อผู้แอบอ้างทำหนังสือครบรอบ 39 ปี อย.
ย้ำ ! ไม่มีนโยบายจัดทำหนังสือครบรอบปี
90. อย.ทบทวนคำโฆษณาอ้างความและฉลากของ “เครื่องต้มรังนก” ป้องกัน
ผู้บริโภคเข้าใจผิด
91. อย.ตีวงเข้ม ครูและนักเรียนแกนนำ อย.น้อมระดับภูมิภาค หวังสร้างเครือข่ายเพื่อ
พัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เหมาะสมปลอดภัย
92. อย.จัดประชุม แง่ขันตอนจัดการกับโฆษณาเครื่องสำอางฝ่าฝืนกฎหมาย
93. อย.เตือน!! ยาฉีดคีไทรโซน (Ketraxone) ผิดมาตรฐานเป็นอันตรายต่อผู้ใช้
94. อย.เตือนบังคับใช้ประกาศอาหารนำเข้าญี่ปุ่นฉบับใหม่
95. อย.เตือนผู้ประกอบการ หยุด! ลักลอบผลิต/นำเข้า/จำหน่าย ปลาปักเป้า
96. อย.ตีวงเข้มผู้ประกอบการแสดงฉลากโภชนาการจีดีเอ ก่อนบังคับใช้ 24
สิงหาคม 2554
97. อย.เพิ่มโอกาสเข้าถึงยา เตรียมแก้ไขประกาศให้ขึ้นทะเบียนยาสามัญใหม่ได้เร็วขึ้น
98. อย.ห่วงใยกรณีนักเรียน แนนพ่แม่สอนเด็กรู้จักสังเกตลักษณะนมก่อนดื่ม
99. อย.เดินทางเตรียมความพร้อมยาแผนโบราณสู่ยุคการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน
100. อย.ถว้ร่วมภาคธุรกิจ พัฒนาระบบการให้บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่สากล
101. อย.เข้ม มิให้นำวัตถุอันตรายทางสาธารณสุขไปใช้ทางการเกษตร มิโทษ
หนักและอาจถูกเพิกถอนใบอนุญาต
102. อย่าหลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “ชั้นคลาร่า” ไวสรพคุณเกิน
จริงผิดกฎหมาย
103. เผยโฉม 36 สถานประกอบการดีจริยธรรมเด่น คว้าวางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด
ประจำปี 54
104. อย.นำทีมสื่อ ร่วมพิสูจน์ยาเสพติดก่อนเข้าเตาเผา
105. อย.จัดประชุมอบรมเพิ่มความปลอดภัยด้านสารเคมีระดับชาติตีวงเข้ม
ผลิตผู้เชี่ยวชาญติดตาม GHS
106. สุดสะดวก อย.ให้ต่ออายุใบอนุญาตยาและวัตถุเสพติดทางไปรษณีย์แล้ว
ประหยัดเวลา เร็วกว่าเดิม
107. ข่าวดี!!! ปรับลดราคายาแก้ปวดเรื้อรัง ยานำสลบที่ใช้ในการผ่าตัดและยา
นอนหลับ เริ่ม 1 ต.ค. 54 นี้
108. อย.ออกประกาศปรับยาชูโดอีเฟดรีนเป็นยาควบคุมพิเศษ เริ่ม 19 ธ.ค. นี้



109. อันตราย “จิ้งจอกปุ๋ยมะเขือเทศ” พบผสมยาเสริมสมรรถภาพทางเพศ
110. อย.เผยแคนตาลูปปนเปื้อน “ลิสเทอเรีย” จากสหรัฐไม่มีการนำเข้าในไทย
111. อย.คุมเข้ม! การจัดทำบันทึกและรายงานการผลิต นำเข้า หรือขาย
เครื่องมือแพทย์

2) รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง รู้จักดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ รวมถึง มีพฤติกรรมการปกป้องสิทธิ โดยการร้องเรียน แจ้งเบาะแส เมื่อพบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้ดำเนินงาน ดังนี้

โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

1. โครงการ อย.น้อย “สุขภาพดี เริ่มที่โรงเรียน”

เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีความตื่นตัวในการแสวงหาข่าวสาร รู้จักปกป้องตนเอง ครอบครัวและชุมชน สามารถเลือกซื้อเลือกบริโภคได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมถึงสามารถนำกิจกรรม อย.น้อยไปพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาพฤติกรรมสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนได้ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้ดำเนินกิจกรรมโครงการ ดังนี้

1. สนับสนุนส่งเสริมการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดย

- สนับสนุนงบประมาณแก่โรงเรียน โดยสนับสนุนงบประมาณแก่โรงเรียนในสังกัด สพฐ. ทั้งใน กทม. และภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 183 เขตพื้นที่การศึกษา (สนับสนุนผ่านสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด) รวมทั้งสนับสนุนงบประมาณแก่โรงเรียนในสังกัด สช. และสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้วย
- สนับสนุนงบประมาณให้ สสจ.จัดเวที อย.น้อยระดับภาค
- สนับสนุนสื่อ สนับสนุนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และโรงเรียนในการดำเนินกิจกรรม อย. น้อย โดยปีนี้มีการผลิตสื่อ ได้แก่
 - นาฬิกาแขวนผนัง ขอบหนัง จำนวน 2 สี จำนวน 570 เรือน
 - ถุงผ้าสปันบอนด์ จำนวน 6,000 ใบ
 - ไฟฉาย 950 อัน
 - เสื้อยืด อย. น้อย คอปก มีตราสัญลักษณ์ อย.น้อย (โลโก้ 4 สี) เนื้อผ้า Dry ขาวลาย Buffer ลายสีเหลี่ยม (Cotton 60% , Polyester 40%) จำนวน 2,100 ตัว

2. กระตุ้นและส่งเสริมให้โรงเรียนมีการทำกิจกรรม อย.น้อย

โดยจัดทำ DVD Best Practice เพื่อเป็นต้นแบบของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย จาก 4 ภาค รวม 4 โรงเรียน และโรงเรียนในกรุงเทพมหานคร 1 โรงเรียน โดยแบ่งต้นแบบออกเป็น ดังนี้



ใน กทม. จัดทำต้นแบบการดำเนินงาน 1 ด้าน ได้แก่

- ด้านการดำเนินกิจกรรมหลัก อย.น้อย (โรงเรียนบดินทร์เดชา สิงห์ สิงหเสนี)

ในภูมิภาค จัดทำต้นแบบการดำเนินงาน 4 ด้าน ได้แก่

- ด้านการดำเนินกิจกรรม อย. น้อย ต่อเนื่อง โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย 2 จังหวัดสงขลา
- ด้านโครงการลดปัญหาการบริโภคไม่เหมาะสม โรงเรียนเทศบาลวัดป่าเรไร จังหวัดร้อยเอ็ด
- ด้านการทำกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย โรงเรียนแกลง “วิทยสถาวร” จังหวัดระยอง
- ด้านนวัตกรรม อย. น้อย โรงเรียนจักรคำคณาทร จังหวัดลำพูน

สำหรับการผลิต จะจัดทำทั้งหมด 6 ชุด และจัดส่ง ดังนี้

ชุดที่ 1 เป็นการนำเสนอกิจกรรมภาพรวมของ อย.น้อย ดีเด่น 5 โรงเรียน ความยาว

ประมาณ 15 – 20 นาที รวม 2,000 แผ่น และจัดส่งให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) สำนักงานศึกษากรุงเทพมหานคร

ชุดที่ 2 – 6 เป็นการนำเสนอกิจกรรมในโรงเรียน อย.น้อย ความยาวประมาณ 8 – 12 นาที ของโรงเรียนต้นแบบของแต่ละภาค และโรงเรียนต้นแบบใน กทม. รวม 5 ชุด ๆ ละ 50 แผ่น ส่งให้โรงเรียนที่เป็นต้นแบบ และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่โรงเรียนนั้นตั้งอยู่

3. พัฒนาครูและนักเรียนแกนนำ อย.น้อย

3.1 จัดประชุมครูแกนนำ อย.น้อย 1 ครั้ง วันที่ 22 ธันวาคม 2553 ณ โรงแรมอมารี แอร์พอร์ต ดอนเมือง กรุงเทพฯ

3.2 ครู/นักเรียนแกนนำ อย.น้อย เข้าร่วมกิจกรรม “รวมพลังประเทศไทย เพิ่มไอโอดีน เพิ่มไอคิว” เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2553 ณ รอยัล พารากอนฮอลล์ ชั้น 5 ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพฯ

3.3 ประชุมระดมสมองและจัดทำยุทธศาสตร์ อย.น้อย วันที่ 10-11 มกราคม 2554 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ

3.4 ประชุมคณะกรรมการทำกิจกรรม อย.น้อย วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2554 ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3.5 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในกรุงเทพมหานครและภูมิภาค โดย อย.มีการจัดอบรมครู และนักเรียนแกนนำ อย.น้อย เพื่อพัฒนาทักษะ และความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในสถานการณ์ล่าสุด หรือบอกเล่าถึงสิ่งใหม่ ๆ ที่ อย.ได้ดำเนินการ เพื่อที่แกนนำ อย.น้อยจะได้นำความรู้ดังกล่าวไปขยายผลต่อไป นอกจากนี้ครูก็ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการการนำ อย. น้อยมาจัดทำผลงานเพื่อเลื่อนวิทยฐานะและยกระดับมาตรฐานของโรงเรียนอีกด้วย โดยแบ่งการอบรมเป็น 2 ครั้ง ดังนี้



- จัดอบรมครูและนักเรียนแกนนำ ออย. น้อย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 9-10 มิถุนายน 2554 ณ ภูเขางาม รีสอร์ท จ.นครนายก มีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น 219 คน จาก 39 โรงเรียน (3 สังกัด)
- จัดอบรมครูและนักเรียนแกนนำ ออย.น้อย ระดับ ภูมิภาค เมื่อวันที่ 27-29 กรกฎาคม 2554 ณ โรงแรมฮอติเคย์ อินน์ รีสอร์ท รีเจนท์ บีช ชะอำ จ.เพชรบุรี มีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น 515 คน จาก 148 โรงเรียน



3.6 จัดทำบทวิทยุ ออย.น้อย จำนวน ๒๐,๐๐๐ ชุด เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ผ่านเสียงตามสายของโรงเรียน



4. พัฒนาโรงเรียน อย. น้อยให้ได้เกณฑ์มาตรฐานโรงเรียน อย.น้อย

โดยจัดทำและพิมพ์คู่มือ “เกณฑ์มาตรฐานโรงเรียน อย.น้อย จำนวน 40,000 เล่ม ซึ่งมีการปรับปรุงใหม่ โดยระดมความคิดเห็นจากครูแกนนำ อย.น้อยทั่วประเทศ มีการพิจารณาให้เชื่อมโยงกับเกณฑ์มาตรฐานการศึกษา เพื่อเป็นคู่มือสำหรับโรงเรียนและผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ สพม. (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา) สสจ. ฯ ใช้ในการประเมินโรงเรียนและพัฒนาโรงเรียนไปสู่โรงเรียน อย.น้อยระดับดีเยี่ยมต่อไป

5. พัฒนาหลักสูตร อย.น้อยสู่สถานศึกษา

โดยร่วมมือกับสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ อย.น้อย เพื่อมุ่งพัฒนาหลักสูตร อย. น้อย สู่สถานศึกษา โดยหวังให้เป็นตัวเลือกสำหรับครูในการสอนในชั่วโมงกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ซึ่งมีการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ รวม 3 ระดับ ได้แก่ ระดับประถม มัธยมต้นและมัธยมปลาย (3 เล่ม) ซึ่งแผนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวมีการระดมความคิดเห็นมาจากครูแกนนำ อย.ทั่วประเทศ และได้ผ่านกระบวนการสังเคราะห์โดยให้โรงเรียนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ 4 ภาค ทดลองใช้ใน 100 โรงเรียนทั่วประเทศ และประชุมร่วมกับครูผู้ทดลองใช้หลักสูตรเพื่อปรับปรุงแผนการจัดการเรียนรู้ จากนั้นนำเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุง เพื่อเป็นแผนการจัดการเรียนรู้วิชากิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อย. น้อย ที่สมบูรณ์ต่อไป

6. พัฒนาฐานข้อมูล อย.น้อย

อย.ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เป็นปัจจุบันได้ร่วมกัน และสะดวกต่อนักเรียนแกนนำที่จะปรับฐานข้อมูลของโรงเรียนให้เป็นปัจจุบัน โดยได้ออกแบบระบบฐานข้อมูลผ่านเว็บไซต์ oryornoi.com มีรายชื่อโรงเรียนที่อยู่ในฐานข้อมูลประมาณ 10,000 โรงเรียน

7. สรุปผลการดำเนินงาน

7.1 จำนวนสถานศึกษาที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

- โรงเรียนมัธยมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาส ร้อยละ ๕๓.๐๒
- โรงเรียนประถมศึกษา ร้อยละ ๑๓.๔๑

7.2 จำนวนสถานศึกษาที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๗๖

2. โครงการอาหารปลอดภัย “อ่านฉลากสักนิดพิชิตโรคร้าย”

เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้ประโยชน์จากฉลากอาหารในการเลือกบริโภคได้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานะด้านสุขภาพของตนเอง รวมทั้งสามารถอ่านฉลากโภชนาการได้อย่างเข้าใจ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์และควบคุมการบริโภคอาหารอย่างเหมาะสม ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการอาหารปลอดภัย ประจำปี 2554



2. จัดทำคู่มือฉลากโภชนาการ “อ่านให้เป็น เห็นประโยชน์” ขนาด 10.5 x 14.5 ซม. กระดาษอาร์ตมัน 160 แกรม พิมพ์ 4 สี 16 หน้า เข้าเล่มเย็บกลาง จำนวน 202,000 เล่ม จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ
3. จัดทำแผ่นพับ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่
 - ล้างผัก ผลไม้ เพื่อลดสารพิษตกค้าง ขนาด A4 พิมพ์ 4 สี กระดาษอาร์ต 120 แกรม จำนวน 454,500 แผ่น จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ



- ถามหาไอโอดีน เพื่อลูกเพื่อเรา ขนาด A4 พิมพ์ 4 สี กระดาษอาร์ต 120 แกรม จำนวน 454,500 แผ่น จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ
4. ผลิตและเผยแพร่บทความลงนิตยสาร ภาพยนตร์บันเทิง คู่สร้างคู่สม ชีวิตต้องสู้ ทวีปูล ขวัญเรือน ดาราภาพยนตร์ และ ชีวิตจริง จำนวน 20 ชิ้นงาน ได้แก่
 - น้ำมันทอดซ้ำ ในนิตยสารทีวีพูล คู่สร้าง คู่สม ขวัญเรือน ภาพยนตร์บันเทิง และ ชีวิตต้องสู้ / จำนวน 5 ชิ้นงาน
 - ไอโอดีน ในนิตยสารทีวีพูล ดาราภาพยนตร์ ภาพยนตร์บันเทิง ชีวิตต้องสู้ และ ชีวิตจริง / จำนวน 5 ชิ้นงาน
 - ล้างผลผลไม้ ป้องกันมะเร็ง ในนิตยสารดาราภาพยนตร์ ชีวิตต้องสู้ และชีวิตจริง / จำนวน 3 ชิ้นงาน
 - แอปฟาทอกซิน ในนิตยสารภาพยนตร์บันเทิง และชีวิตจริง / จำนวน ๒ ชิ้นงาน
 - ฉลากโภชนาการ ในนิตยสารดาราภาพยนตร์ / จำนวน 1 ชิ้นงาน
 - หน่อไม้ป๊อป ในนิตยสารดาราภาพยนตร์ / จำนวน 1 ชิ้นงาน
 - ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในนิตยสารคู่สร้าง คู่สม และภาพยนตร์บันเทิง / จำนวน 2 ชิ้นงาน
 5. ผลิตและเผยแพร่สคูปลงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หน้าหนึ่ง เรื่อง “นิวเคลียร์อาหารยุคไทยไม่หวั่นภัย” ลงวันเสาร์ที่ 26 มีนาคม 2554
 6. ประเมินผลโครงการอาหารปลอดภัย ประจำปีงบประมาณ 2554

โดยมีผลสรุปการประเมินผลโครงการอาหารปลอดภัยของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ดังนี้ โดยทำการศึกษาประชาชนที่มีอายุ 15-60 ปี ทั่วประเทศ จำนวน 1,200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินประสิทธิผลโครงการอาหารปลอดภัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2554 พบว่า



1. ร้อยละ 63.1 ประชาชนสามารถใช้ประโยชน์จากการอ่านฉลากอาหารเพื่อป้องกันโรคเบาหวาน ความดัน หัวใจ
2. ร้อยละ 94.0 ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งที่มากับอาหาร

3. โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย “เพิ่มภูมิปัญญา ไม่เชื่อโฆษณาเกินจริง”



เพื่อเป็นการดึงให้ผู้บริโภคหันกลับมาสู่การดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง และสร้างองค์ความรู้เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการบริโภคอย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า จำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันทั้งการปราบปราม การสร้างกระแสกดดันให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมากขึ้น โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวินิจฉัยได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้ และมีการปรับพฤติกรรมกรรมการบริโภค ให้หันมาพึ่งพาตนเองด้วยการดูแลเรื่องการบริโภคอย่างถูกต้อง เหมาะสม มีการออกกำลังอย่างถูกวิธี และสม่ำเสมอ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ประจำปี 2554
2. ผลิต Ad ลงนิตยสาร จำนวน 20 ชิ้นงาน เรื่อง
 - Strip Ad. (10 ชิ้นงาน)
 1. “อย่าตกเป็นหุ่นเชิดโฆษณาหน้าขาว กำจัดฝ้า กระ จุดต่างดำ (เครื่องสำอาง)” ในนิตยสารทีวีพูล 1 ชิ้นงาน
 2. ยาแผนโบราณ ในนิตยสารดารารายวันและทีวีพูล / 2 ชิ้นงาน
 3. แหล่งรวมโฆษณาขี้จู้ ในนิตยสารรายวันบันเทิงและดารารายวัน / 2 ชิ้นงาน
 4. ขาว สวย ฉลาด ด้วยสารพัดเครื่องดื่ม ในนิตยสารดารารายวันบันเทิง และทีวีพูล / 3 ชิ้นงาน



5. อย่าหลงวากับโฆษณาอ้าง อย.รับรอง ในนิตยสารภาพยนตร์
บันเทิง / 2 ชิ้นงาน
- Full Ad. (10 ชิ้นงาน)
 1. “อย่าตกเป็นหุ่นเชิดโฆษณาหน้าขาว กำจัดฝ้า กระ จุดต่างดำ
(เครื่องสำอาง)” ในนิตยสารภาพยนตร์บันเทิง / 1 ชิ้นงาน
 2. รู้เล่ห์ทันเหลี่ยมโฆษณาเกินจริง ในนิตยสารคู่สร้าง คู่สม / 1 ชิ้นงาน
 3. รู้เล่ห์ทันเหลี่ยมโฆษณาเกินจริง (กาแฟ) ในนิตยสารภาพยนตร์บันเทิง
/ 1 ชิ้นงาน
 4. กาแฟ ในนิตยสารทีวีพูล / 2 ชิ้นงาน
 5. ผิวขาวได้วงแขน ในนิตยสารภาพยนตร์บันเทิง / 1 ชิ้นงาน
 6. ยาแผนโบราณ ในนิตยสารดารานิตยสาร / 2 ชิ้นงาน
 7. เครื่องมือกายภาพบำบัด ในนิตยสารทีวีพูล / 2 ชิ้นงาน
3. ผลิตและเผยแพร่โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมประกวดเรียงความ “เรื่องเล่า
ฝาก อย.เตือนภัย” จำนวน 3,500 แผ่น เผยแพร่ไปยัง โรงเรียนแกนนำ อย.น้อย
สสจ. มหาวิทยาลัย ห้องสมุดประชาชน สถาบันอาชีวศึกษา ห้างสรรพสินค้า
โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยม และ
หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข
4. ผลิตเนื้อหา/แบนเนอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมประกวดเรียงความ “เรื่องเล่า ฝาก
อย.เตือนภัย” ทางสื่ออินเทอร์เน็ต
5. ผลิตสโปตวิทยุประชาสัมพันธ์กิจกรรมประกวดเรียงความ “เรื่องเล่า ฝาก อย.เตือน
ภัย” ความยาว 30 วินาที
6. ผลิต Ad. ประชาสัมพันธ์ประกวดเรียงความ “เรื่องเล่า ฝาก อย.เตือนภัย” ขาวดำ
และสี รวม 2 ชิ้นงาน
7. เผยแพร่ Ad. ประชาสัมพันธ์ประกวดเรียงความ “เรื่องเล่า ฝาก อย.เตือนภัย” ขาว
ดำ ทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด จำนวน 1 ครั้ง
8. จัดจ้างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ดำเนินงานวิจัยโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย
ประจำปีงบประมาณ 2554

โดยมีผลสรุปการประเมินโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.2554
ดังนี้ โดยทำการศึกษาประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15-60 ปี จำนวน 1,200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ
หลายขั้นตอน มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ
พ.ศ.2554 พบว่า ร้อยละ 80.5 ของผู้บริโภคสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์
สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้



4. โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม “หวัดเจ็บคอ หายได้ไม่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะ”

เพื่อรณรงค์ให้ประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ยาปฏิชีวนะ และมีพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการได้ดำเนินกิจกรรมดังนี้

1. จัดทำโครงการรณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม ประจำปี 2554
2. จัดทำแผ่นพับ เรื่อง “3 โรค รักษาได้ไม่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะ” ขนาด A4 พิมพ์ 4 สี กระดาษอาร์ต 120 แกรม จำนวน 270,000 แผ่น



3. จัดทำคู่มือ “ใช้ยาอย่างไรให้ปลอดภัย” ชุด แก้ว กล้าในเมืองมหัศจรรย์ รูปแบบการ์ตูน ขนาด 14.5 x 21 ซม. (เอ 5) จำนวน 40 หน้า พิมพ์สี่สีทั้งเล่ม ใช้กระดาษถนอมสายตา 75 แกรม ปกพิมพ์ 4 สี กระดาษการ์ดอาร์ต 210 แกรม ออแบน
4. จัดทำบทวิทยุเกี่ยวกับการใช้ยาเพื่อแจกจ่ายแก่สถาบันการศึกษาและหน่วยงาน/สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลทางเสียงตามสายและสถานีวิทยุต่าง ๆ จำนวน 15,000 ชุด

โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม จึงได้ดำเนินการวิจัย เรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประจำปี 2554 ดำเนินการวิจัยโดยมหาวิทยาลัยพลศึกษา กรุงเทพฯ กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิง อายุ 12-60 ปี จำนวน 3,000 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามการประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2554 โดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้



1. ร้อยละ 90.6 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.4
2. ร้อยละ 85.4 ของประชาชนมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในภาพรวม โดยแบ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ด้าน คือ
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ ความรู้ ความตระหนักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาชนร้อยละ 92.1
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ประชาชนร้อยละ 85.4
3. ร้อยละ 93.02 ของผู้บริโภคมั่นใจต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
 - ร้อยละ 97.1 ของผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ยา ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 98.1 ของผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 86.8 ของผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 94.9 ของผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 91.5 ของผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ที่ อย.ให้การรับรอง
4. ร้อยละ 95.4 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
5. ร้อยละ 82.6 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง

การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

1. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม

การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา หรือร่วมคิดหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่มุ่งบริหารราชการแผ่นดินตามหลักธรรมาภิบาล หรือหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good governance) เพื่อให้ส่วนราชการมีการบริหารราชการที่ โปร่งใส ตรวจสอบได้

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้เริ่มดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่มีการแต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ทำหน้าที่วิเคราะห์ภารกิจหลักหรือ



ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของ ออย. ที่เหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และพิจารณา กำหนดกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นตัวแทนประชาชน และให้แต่ละกลุ่มเสนอผู้แทน เพื่อแต่งตั้งเป็นคณะทำงานภาคประชาชน ทำหน้าที่ในการให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการ ดำเนินงาน เพื่อผลักดันให้ ออย. มีการพัฒนาระบบราชการ โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาบริการ สาธารณะที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีการดำเนินโครงการฯ ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 ดังนี้

ปีงบประมาณ พ.ศ.2550 คณะทำงานภาคประชาชนได้เห็นชอบในการจัดทำ โครงการเฝ้าระวังและลดปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแบบมีส่วนร่วมขึ้น

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 คณะทำงานภาคประชาชนได้ดำเนินโครงการต่อเนื่อง โดย ให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแสการทำผิดเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ในการดำเนินงานคณะทำงานภาค ประชาชนได้จัดทำแบบทดสอบ และปรับปรุงแบบบันทึกการแจ้งข้อมูลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางอินเทอร์เน็ต และทางจดหมาย จัดทำคู่มือการตรวจสอบเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และซีดี รวมทั้งจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และ ชี้แจงแนวทางการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสให้แก่เครือข่าย รวมทั้งได้ดำเนินการกับเรื่องร้องเรียนที่ ได้รับแจ้งจากเครือข่ายเมื่อพบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องตามกระบวนการที่กำหนดไว้

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 คณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ ดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้ กำหนดประเด็นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมติดตาม ผลการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ.2552 คือ “การพัฒนาผู้บริโภคให้มีความรู้ และมี พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ” โดยมีประเด็นเด่นในการรณรงค์เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้ เรื่อง “อันตรายจากน้ำมันทอดซ้ำ”

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 คณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ ดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้ กำหนดประเด็นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมติดตาม ผลการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ.2553 คือ “การพัฒนาให้ผู้บริโภคมีความรู้ และมี พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ ภายใต้โครงการการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชน มีความรู้ที่ถูกต้อง เลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย” โดยมีประเด็นในการรณรงค์ เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

สำหรับในปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2554 ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งสิ้น 24 คน จาก 24 หน่วยงาน/องค์กร ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการจาก 4 องค์กร, องค์กรภาคประชาชนจาก 5 องค์กร, องค์กรวิชาชีพจาก 6 องค์กร, สื่อมวลชนจาก 2 องค์กร, ภาควิชาการจาก สถาบันอุดมศึกษา 2 แห่ง, หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจาก 5 หน่วยงาน โดยมีเลขานุการคณะทำงาน เป็นบุคคลากรของ ออย. จำนวน 4 คน ในการนี้คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ



ดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็น “ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัยและสมประโยชน์ เพื่อสุขภาพที่ดี ภายใต้โครงการการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคที่ถูกต้อง” โดยมีโครงการย่อย คือ โครงการชุมชนต้นแบบเฝ้าระวังโฆษณา

โครงการการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคที่ถูกต้อง มีการดำเนินกิจกรรมระหว่างเดือนมีนาคม - สิงหาคม 2554 โดย อย. และคณะทำงานภาคประชาชน สามารถดำเนินกิจกรรมได้ครบถ้วนแล้วเสร็จตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้ในโครงการฯ ตลอดจนคณะทำงานภาคประชาชนได้ดำเนินการเผยแพร่สื่อแก่เครือข่าย ผ่านช่องทางวิทยุชุมชน เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต การจัดประชุมสัมมนา และการทำกิจกรรมในพื้นที่ รวมถึงประชาสัมพันธ์การดำเนินงานโครงการฯ ผ่านสื่อที่ อย. และคณะทำงานภาคประชาชนมีอยู่ และดำเนินการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554

เมื่อนำผลการดำเนินการโครงการฯ มาประเมินผลโดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย/ผลสำเร็จ ตัวชี้วัด วิธีการวัดผล วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระบบหรือวิธีการจัดเก็บข้อมูล และวิธีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานที่คณะทำงานภาคประชาชน ร่วมกันกำหนด พบว่า ผลการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และวิธีการวัดผลที่ตั้งไว้ โดยมีจำนวนคณะทำงานภาคประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมากกว่าร้อยละ 80 และองค์กรเครือข่ายของคณะทำงานภาคประชาชน ร่วมดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่ประชาชนทั่วไป สำหรับผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในโครงการฯ ได้เผยแพร่ให้คณะทำงานภาคประชาชนและประชาชนทั่วไปรับทราบผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ อย. URL : <http://www.fda.moph.go.th/prac/watch/pccshtml>

คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชนได้ร่วมกันพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุน/อุปสรรคต่อการดำเนินการ ตลอดจนข้อเสนอแนะการดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคที่ถูกต้องและโครงการชุมชนต้นแบบเฝ้าระวังโฆษณา เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการดำเนินงาน พบว่า คณะทำงานภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางสำหรับการดำเนินการในปีต่อไป สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาชุมชนที่เข้าร่วมโครงการชุมชนต้นแบบเฝ้าระวังโฆษณา คือ ชุมชนดีอินทร์ พัฒนา ให้มีความเข้มแข็งเพื่อสร้างเป็นชุมชนต้นแบบ สำหรับเป็นแหล่งศึกษาดูงานของชุมชนอื่น ถ่ายทำวิดีโอเพื่อเผยแพร่ รวมทั้งควรมีการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน นอกจากนี้ควรดำเนินการต่อเนื่องในประเด็นการสนับสนุน ข้อมูลความรู้ และต้องติดตามประเมินผล เพื่อศึกษาแนวทางการขยายขอบเขตการดำเนินกิจกรรมต่อไป

2. เสนอให้คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ระบุชื่อหน่วยงาน หรือองค์กร แทนการระบุชื่อบุคคล และให้หน่วยงานเสนอรายชื่อผู้แทน ผู้แทนสำรองจากหน่วยงาน หรือองค์กรนั้นๆ

3. เสนอให้มีผู้แทนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นคณะทำงานภาคประชาชน



4. เสนอให้ของบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น เช่น เขียนโครงการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพของงบประมาณสนับสนุนจาก สสส. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายเครือข่าย
5. เสนอให้ของบประมาณจากท้องถิ่น สนับสนุนการศึกษาดูงานชุมชนต้นแบบเฝ้าระวังฯ
6. ควรมีส่วนร่วมในระดับสากลมากขึ้น หรือให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายของประเทศในด้านที่เกี่ยวข้อง
7. แผนการดำเนินงาน ควรกำหนดให้เร็วขึ้น เพื่อขยายเวลาดำเนินการให้ยาวขึ้น และมีเวลาเพียงพอ ไม่ต้องเร่งรัดการทำงาน

สำหรับปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ของ อย. ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมโครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานภาคประชาชน เพื่อแสดงความคิดเห็น และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการฯ
 2. พิจารณางบประมาณสนับสนุนจากภายนอก ยกตัวอย่างงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงาน สสส. ควรให้มีการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมอย่างทั่วถึง และเพียงพอให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- อุปสรรคการดำเนินการ คือ
1. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการค่อนข้างสั้น
 2. ควรมีการจัดทำสรุปการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น การปรับเปลี่ยนองค์ประกอบคณะทำงาน เพื่อให้คณะทำงานที่ได้รับการแต่งตั้งเข้ามาใหม่ทราบถึงความเป็นมาของคณะทำงานภาคประชาชนในแต่ละปี
 3. แกนนำชุมชนที่เข้าร่วมโครงการบางส่วน ยังไม่มีความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับอย่างแท้จริง

2. โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยร่วมมือกับเครือข่าย “เสริมสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดีหลักหนี ๕ โรคภัย”

เพื่อสนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสร้าง/พัฒนาเครือข่ายที่เข้มแข็งในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีแนวคิดหลักเพื่อ “สนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้มแข็ง” รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนในระดับพื้นที่ทางไกล โดยอาศัยเครือข่ายและองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการได้ดำเนินกิจกรรมโครงการ ดังนี้

1. ขออนุมัติโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ปี 2554
2. สนับสนุนงบประมาณดำเนินงานให้กับจังหวัด เพื่อดำเนินการในการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในพื้นที่
3. สนับสนุนงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ระดับภาค จำนวน 4 ภาค ดังนี้
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกาฬสินธุ์



- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุพรรณบุรี
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสตูล
4. ประชุมผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2553 ณ โรงแรมริชมอนด์ นนทบุรี
 5. ติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ
 6. ผลิตสื่อสนับสนุน ได้แก่ กระเป๋าใส่เอกสาร
 7. เข้าร่วมโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 3 ครั้ง
 - วันที่ 2-3 พฤษภาคม 2554 ณ บ้านอัมพวา รีสอร์ท แอนด์ สปา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม
 - วันที่ 24 พฤษภาคม 2554 ณ ห้องประชุมชั้น 1 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสิงห์บุรี
 - วันที่ 29 สิงหาคม 2554 ณ บ้านอัมพวา รีสอร์ท แอนด์ สปา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม
 8. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 เมื่อวันที่ 9-10 สิงหาคม 2554 ณ โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ
 9. จัดทำโล่รางวัล เพื่อบอกให้แกเครือข่ายที่ดำเนินโครงการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพดีเด่น จาก 4 ภาค ๆ ละ 2 เครือข่าย จำนวน 8 โล่

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการ

1. มีเครือข่ายสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่เข้มแข็ง
2. ประชาชนตื่นตัวในการรับรู้สิทธิและใช้สิทธิมากขึ้น ทำให้มีการรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรค

1. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินโครงการค่อนข้างน้อย ทำให้จังหวัดที่ได้รับการสนับสนุนนำงบประมาณดังกล่าวไปรวมกับงบประมาณโครงการอื่น จึงทำให้งบประมาณที่โอนให้นำไปใช้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์เท่าที่ควร
2. หน่วยงานไม่ให้ความสำคัญในการดำเนินกิจกรรม
3. ข้อมูลเครือข่ายยังไม่ทันสมัย ทำให้การประสานงานไม่ราบรื่น



โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค

1. โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงและไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แต่เนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา ทำให้เนื้อหาสาระของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทบทวนสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้เป็นปัจจุบัน โดยการจัดทำวิสัยทัศน์และการถ่ายทอดกลยุทธ์สู่การปฏิบัตินั้นเป็นเกณฑ์การปฏิบัติที่สำคัญขององค์กร เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์ในงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มีมาตรฐานนำไปสู่การปฏิบัติงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เมื่อวันที่ 13-15 กุมภาพันธ์ 2554 ณ โรงแรมเซ็นเซต ปาร์ค รีสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้เข้าร่วมอบรมจากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยอาจารย์พิสนธ์ นุ่นเกลี้ยง และคณะ เป็นผู้บรรยาย และอภิปราย



2. โครงการพัฒนาบุคลากร

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมุ่งมั่นในการดำเนินการพัฒนาบุคลากร โดยส่งเจ้าหน้าที่ไปอบรมในหัวข้อต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติและเรื่องที่น่าสนใจ ในปีงบประมาณ 2554 บุคลากรกองพัฒนาศักยภาพ จำนวน 27 ราย เข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ จำนวน 17 หลักสูตร ดังนี้

1. จิตวิทยาและวาทศิลป์ในการโน้มน้าวใจ ศูนย์พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2554 จำนวน 1 ราย
2. การบริหารงานพัสดุภาครัฐแนวใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2554 จำนวน 2 ราย
3. ศิลปะการพัฒนากาเวผู้นำ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2554 จำนวน 2 ราย
4. การเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารโดยใช้หลักการ 7 Plus Habits มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 9-10 พฤษภาคม 2554 จำนวน 2 ราย
5. การพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 6-7 มิถุนายน 2554 จำนวน 5 ราย
6. เทคนิคการเขียนเพื่อนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 8-10 มิถุนายน 2554 จำนวน 1 ราย
7. เทคนิคการจูงใจเพื่อนำทีมงานอย่างได้ผล Motivational Training Institute เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2554 จำนวน 1 ราย
8. เทคนิคการพัฒนาศักยภาพบุคคลเพื่อความสำเร็จอย่างมืออาชีพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2554 จำนวน 2 ราย
9. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 6-8 กรกฎาคม 2554 จำนวน 1 ราย
10. EQ-AQ การเสริมสร้างประสิทธิภาพและความสำเร็จในการทำงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 21-22 กรกฎาคม 2554 จำนวน 1 ราย
11. โครงการยุทธศาสตร์การวัดความสำเร็จขององค์กร KPI มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 25-26 กรกฎาคม 2554 จำนวน 1 ราย
12. การบริหารความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2554 จำนวน 1 ราย
13. ครอบครองเรื่องประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อวันที่ 22-24 สิงหาคม 2554 จำนวน 1 ราย
14. การคิดเป็นระบบเพื่อการตัดสินใจและแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ Motivation Training Institute จำนวน 1 ราย



15. การควบคุมและการจำหน่ายพัสดุ สมาคมนักบริหารพัสดุแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2554 จำนวน 2 ราย
16. คนเก่งรักองค์กร องค์กรรักคนเก่ง สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2554 จำนวน 1 ราย
17. การจัดการสารสนเทศเพื่อการบริหารและการตัดสินใจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อวันที่ 29-31 สิงหาคม 2554 จำนวน 2 ราย

โครงการส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อย. Quality Award)

เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐาน โดยใช้มาตรการต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งหนึ่งในมาตรการนั้น คือ การส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปราศจากสารปนเปื้อน มีข้อความในฉลากครบถ้วน มีการโฆษณาที่ถูกต้องให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีความคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบกิจการ โดยการพัฒนาสถานที่ผลิตให้ทันสมัยได้มาตรฐานอยู่เสมอ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก หากสถานประกอบการมีจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อชีวิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค มีความคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยสู่ประชาชน ก็จะช่วยลดปัญหาอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการด้วยการมอบรางวัล อย. Quality Award เพื่อกระตุ้นจิตสำนึก เป็นกำลังใจกับสถานประกอบการที่ทำดี และเป็นแบบอย่างให้กับสถานประกอบการอื่น ๆ ซึ่งครั้งนี้ นับเป็นครั้งที่ 3 โดยจัดให้มีพิธีมอบรางวัลดังกล่าว เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2554 ณ ห้องแกรนด์ บอลรูม โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ โดยได้รับเกียรติจาก นายวิทยา บุรณศิริ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานมอบรางวัลให้แก่สถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านต่าง ๆ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน และผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน รวมทั้งสิ้น 36 ราย ดังนี้



- สถานประกอบการด้านอาหาร จำนวน 11 ราย
 1. บริษัท จอมธนา จำกัด จังหวัดปทุมธานี
 2. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
 3. บริษัท ใบชาโชคจำเริญ จำกัด จังหวัดเชียงราย
 4. บริษัท เพอร์ซิเดนซ์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)
 5. บริษัท แฟชั่นฟู้ด จำกัด จังหวัดนครปฐม
 6. บริษัท วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
 7. บริษัท ศิริวานิช (เอส แอนด์ ดับเบิลยู) จำกัด จังหวัดพิษณุโลก
 8. บริษัท สุรพลฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
 9. บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)
 10. บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
 11. ห้างหุ้นส่วนจำกัด อีสริยะผล จังหวัดเชียงใหม่
- สถานประกอบการด้านยา จำนวน 9 ราย
 1. บริษัท ขายยาเพ็ญภาค จำกัด
 2. บริษัท ขาวละออเภสัช จำกัด
 3. บริษัท บางกอกแกล๊ป แอนด์ คอสเมติก จำกัด
 4. บริษัท ไบโอแลป จำกัด
 5. บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด
 6. บริษัท ฟาร์มา อินโนวา จำกัด
 7. บริษัท สීමการแพทย์ จำกัด
 8. บริษัท อ้วยอันไอสถ จำกัด
 9. บริษัท อาร์เอ็กซ์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด
- สถานประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ จำนวน 4 ราย
 1. บริษัท ชัวร์เท็กซ์ จำกัด
 2. บริษัท เยเนอรัล ฮอสปิทัล โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)
 3. บริษัท สยามเซมเพอร์เมต จำกัด
 4. บริษัท เอ็ม.อี. เมดิเทค จำกัด
- สถานประกอบการด้านเครื่องสำอาง จำนวน 5 ราย
 1. บริษัท คอลเกต - ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด
 2. บริษัท คาโอ อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด
 3. บริษัท แพน ราชเทวี กรู๊ป จำกัด (มหาชน)
 4. บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด
 5. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด



- สถานประกอบการด้านวัตถุดิบอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน จำนวน 3 ราย
 1. บริษัท เซอร์วิวด์ เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
 2. บริษัท ลัดดา จำกัด
 3. บริษัท ไอ.พี. แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด
- สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน จำนวน 4 ราย
 1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกะละแมโบราณ บ้านดอนไชย จ.พะเยา
 2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนป่าเขียว จ.พัทลุง
 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านชำตารมย์ จ.ศรีสะเกษ
 4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรพุด แด จ.สระบุรี

กิจกรรมในการดำเนินงานครบรอบ 36 ปี สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการดำเนินงานคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อเลือกใช้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยดำเนินมาตรการทุกวิถีทางทั้งด้านกำกับ ดูแล ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัย มุ่งสร้างเครือข่ายการทำงานแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งมุ่งยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการ พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ให้ได้รับความรู้และมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง รู้เท่าทันโฆษณา และมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ โดยการร้องเรียนแจ้งเบาะแสผู้กระทำผิดกฎหมายหรือพบเห็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัยแก่หน่วยงานราชการ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่องานคุ้มครองผู้บริโภค และเศรษฐกิจของประเทศ ในวาระโอกาสที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาปนาครบรอบ 36 ปี ในวันที่ 11 ธันวาคม 2552 ของการปฏิบัติงานเพื่อประชาชน ดังนั้น การจัดให้มีกิจกรรมงานครบรอบ 36 ปี ออย.ขึ้น เพื่อนำเสนอผลงานในปีที่ผ่านมา และการมอบโล่แสดงความขอบคุณกับเครือข่ายต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน จะเป็นกำลังในกับทุกฝ่าย และเพิ่มความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในการคุ้มครองผู้บริโภค

ทั้งนี้ ในงานครบรอบ 36 ปี ออย.ได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 23-24 ธันวาคม 2552 ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมี นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานในการเปิดงาน โดยจัดให้มีกิจกรรม ดังนี้

1. การจัดแสดงนิทรรศการ “4 ทศวรรษ ออย.”
2. การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพจากบริษัทที่มาร่วมออกร้าน จำนวน 31 บริษัท
3. การบริการตรวจสอบสารปนเปื้อน โดยหน่วยเคลื่อนที่เพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร
4. การประกวดร้องเพลงชิงเงินรางวัล เพลง “เชื่อไหม” เพลงรณรงค์โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย
5. การจัดแถลงข่าว เรื่อง “การใช้ Social Media เพื่อขับเคลื่อนและยกระดับองค์การ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา”
6. การมอบโล่ ประกาศเกียรติคุณแก่เครือข่ายที่ให้การสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค





โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อการบริโภคที่ปลอดภัยภายใต้เขตการค้าเสรี

จากข้อตกลงเขตการค้าเสรี ทำให้มีการปรับกฎระเบียบในการขออนุญาตขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ และวัตถุอันตราย เพื่อให้สอดคล้องกันระหว่างประเทศคู่เจรจา ไม่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การเปิดเขตการค้าเสรียังส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องสำอาง และเครื่องมือแพทย์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนได้หากบริโภคโดยขาดความรู้ความเข้าใจ และหลงเชื่อข้อความโฆษณา โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารอาจทำให้เกิดปัญหาโรคเรื้อรัง ทำให้ต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ มักพบปัญหาการโฆษณาเกินจริงในเชิงรักษาโรค หากผู้ใช้หลงเชื่ออาจทำให้สูญเสียโอกาสในการรักษาโรคอย่างถูกวิธี และสูญเสียทรัพย์สินเงินทองโดยไม่จำเป็น

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและประชาชนได้รับทราบและรู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงจึงมีความสำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการมีความตื่นตัว คอยติดตามการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทำให้สามารถปรับตัวรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันทั่วทั้งที่ ส่วนประชาชนทั่วไปจะได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ทำให้ได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้น โดยได้มีการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. การผลิตสื่อหนังสือพิมพ์

- ผู้ประกอบการ

- เครื่องสำอาง เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์, กรุงเทพธุรกิจ, โพสต์ทูเดย์, เอเอสทีวี ผู้จัดการรายวัน จำนวน 4 ครั้ง
- FTA, AFTA, ACTD เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์, กรุงเทพธุรกิจ, โพสต์ทูเดย์, เอเอสทีวี ผู้จัดการรายวัน จำนวน 10 ครั้ง

- ผู้บริโภค

- เครื่องสำอาง เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ จำนวน 5 ครั้ง
- เครื่องมือแพทย์ ยา อาหาร FTA เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ จำนวน 10 ครั้ง

2. การผลิตสื่อวิทยุ

- ผู้ประกอบการ

- เครื่องสำอาง และภาพรวม FTA เผยแพร่ทางวิทยุ Marketeer ประจำเดือนสิงหาคม จำนวน 2 ครั้ง
- FTA, AFTA, ACTD เผยแพร่ทางวิทยุ SMEs ชี้ช่องรวย ประจำเดือนสิงหาคม จำนวน 4 ครั้ง



- AFTA, ACTD เผยแพร่ทางนิตยสาร Marketeer ประจำเดือนสิงหาคม จำนวน 2 ครั้ง
- เครื่องสำอาง, FTA, AFTA, ACTD เผยแพร่ทางนิตยสาร การเงินการธนาคาร (รายเดือน) ประจำเดือนสิงหาคม จำนวน 4 ครั้ง
- ผู้บริโภค
 - เครื่องสำอาง เผยแพร่ทางนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ และนิตยสารสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ จำนวน 2 ครั้ง
 - เครื่องมือแพทย์ ยา อาหาร FTA เผยแพร่ทางมติชนสุดสัปดาห์ จำนวน 4 ครั้ง นิตยสารสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ จำนวน 4 ครั้ง และนิตยสารคู่สร้างคู่สม จำนวน 3 ครั้ง
- 3. การผลิตสื่อบนหนังสือพิมพ์ ขนาด 120 คอลัมน์นิ้ว (ครึ่งหน้า) ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเดลินิวส์ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่
 - 2.1 ภาพรวมของ FTA ที่ อย.รับผิดชอบ (ผู้ประกอบการ)
 - 2.2 ปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ผู้บริโภค)
- 4. การผลิตและเผยแพร่สื่อบทวิทยุ ความยาว 1 นาที เผยแพร่ทางสถานีวิทยุ FM 100.5 MHz., จ.ส.100, FM 96.5 MHz. จำนวน 60 ครั้ง วันจันทร์-อาทิตย์ วันละ 1 ครั้ง ตั้งแต่วันที่ 1-20 สิงหาคม 2554 จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่
 - ปารีศ...เกาหลี่..ห้องกรง (เครื่องสำอางสำหรับผู้ประกอบการ)
 - อย.เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยา รองรับเขตการค้าเสรี FTA
- 5. การผลิตสารคดีวิทยุ ความยาว 1 นาที ทางสถานีวิทยุ FM 103.5 MHz., FM 95.0 MHz., FM 90.0 MHz. ตั้งแต่วันที่ 1-30 สิงหาคม 2554 จำนวน 5 เรื่อง รวม 90 ครั้ง ได้แก่
 - 4.1 อันตรายจากเครื่องมือแพทย์
 - 4.2 อ่านฉลากยา
 - 4.3 วิธีเลือกซื้อเครื่องสำอาง
 - 4.4 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 - 4.5 ภาพรวม FTA



ผลการดำเนินการเรื่องร้องเรียน

ในปีงบประมาณ 2554 (1 ต.ค.53-30 ก.ย.54) มีเรื่องร้องเรียนเข้ามารวมทั้งสิ้น 1,241 เรื่อง เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหารสูงถึงร้อยละ 51.89 โดยประเด็นที่มีการร้องเรียนเข้ามามาก คือ การโฆษณาอาหาร ไม่ได้ใบอนุญาต / เกินจริง, ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า จำหน่ายสินค้าหมดอายุ, ฉลากอาหาร ไม่ระบุวันเดือนปี ผลิต/หมดอายุ ไม่มีเลขสารบบอาหาร, เครื่องดื่ม ไม่มี อย./สกปรก, นม (เช่น นม ยูเอช ที นมผง เป็นต้น) เสี่ยงก่อนหมดอายุ/มีสารปนเปื้อน

ช่องทางที่มีการร้องเรียนมากที่สุด คือ โทรศัพท์ ร้อยละ 35.29 รองลงมา คือ จดหมาย/หนังสือ ร้อยละ 32.15 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 17.81 มาเอง ร้อยละ 11.44 ตู้ ปณ. 1556 ร้อยละ 2.50 และ โทรสาร ร้อยละ 0.81

สถิติการรับเรื่องร้องเรียน ปีงบประมาณ 2554

เรื่องที่ร้องเรียน	เดือน												
	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	รวม
ยา	15	17	18	27	16	30	12	22	20	21	39	36	273
อาหาร	59	42	45	51	53	66	24	45	67	51	58	83	644
เครื่องสำอาง	5	13	6	9	5	20	7	13	12	17	23	21	151
เครื่องมือแพทย์	0	4	3	2	4	8	2	3	7	10	12	5	60
ยาเสพติด	0	3	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	7
วัตถุอันตราย	3	3	3	0	0	0	1	0	1	0	0	1	12
อื่น ๆ	9	3	9	3	5	7	4	7	7	5	15	20	94
รวม	91	85	84	93	83	131	50	91	114	104	147	168	1,241



ที่ผ่านมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลร้องเรียนพบว่าประเด็นที่ผู้บริโภคมีการร้องเรียนเข้ามามากเป็น 10 ลำดับแรก มีรายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลร้องเรียน (1 ตุลาคม 2553 – 30 กันยายน 2554)

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ประเด็นที่มีการร้องเรียนสูง 10 ลำดับแรก ได้แก่

ลำดับ	กรณีร้องเรียน	ปีงบประมาณ 54 (จำนวนครั้ง)	รายละเอียด
1	โฆษณาอาหาร	169	โฆษณาเกินจริง โฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่
2	การขายยา ¹	120	ขายยาโดยไม่ขออนุญาต ขายยาโดยไม่มีเภสัชกร ขายยาหมดอายุ ยาชุด
3	โฆษณายา	72	โฆษณาเกินจริง โฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่
4	ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า	70	จำหน่ายสินค้าหมดอายุ ไม่มีคุณภาพ ชิ้นรา
5	ฉลากอาหาร ²	63	ฉลากไม่ระบุ ว.ด.ป.ที่ผลิต/หมดอายุ ฉลากไม่มีเลขสารบบอาหาร
6	เครื่องดื่ม	53	เครื่องดื่มไม่มี อย. เครื่องดื่มสกปรก
7	นม (เช่น นม ยู เอช ที นมผง เป็นต้น)	44	นมเสียก่อนหมดอายุ นมมีสารปนเปื้อน สงสัยคุณภาพ
8	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	43	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ปลอม ไม่มีเลขสารบบอาหาร
9	น้ำดื่ม	38	น้ำดื่ม ไม่มี อย. น้ำดื่มสกปรก สงสัยคุณภาพ
10	โฆษณาเครื่องสำอาง	35	โฆษณาโอ้อวด เกินจริง หลอกลวง

หมายเหตุ : กรณีร้องเรียน “การขายยา” จำนวน 120 ครั้ง พบการร้องเรียนเกี่ยวกับการขายยาโดยไม่มีเภสัชกร จำนวน 40 ครั้ง

¹ การขายยา หมายถึง การขายยาของร้านขายยา รวมทั้ง การขายยาของแผงขายสมุนไพร รถเร่ ร้านชำ มินิมาร์ท และห้างสรรพสินค้า ด้วย

² ฉลากอาหาร หมายถึง ฉลากอาหารทุกประเภท ยกเว้น น้ำดื่ม



นอกจากนี้ยังมีการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านช่องทางร้องเรียน ประมาณ 3,000 ราย/เดือน โดยส่วนมากเป็นการสอบถามเกี่ยวกับ

1. การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น การขอขึ้นทะเบียนอาหาร ยา การจดแจ้งเครื่องสำอาง เป็นต้น
2. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ทะเบียนอาหารจริงหรือไม่ ยานี้มีทะเบียนจริงหรือไม่ การโฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่ เครื่องสำอางผ่าน อย.หรือไม่ เป็นต้น

สถิติการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลการดำเนินงานเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ (1 ตุลาคม 2553 – 30 กันยายน 2554)

ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพ

รายการ	อาหาร	ยา	เครื่องสำอาง	เครื่องมือแพทย์	วัตถุอันตราย	อื่น ๆ	รวม
การเฝ้าระวังโฆษณา	4,544	1,695	4,821	687	251	2	12,000
ผลการดำเนินงานแก้ไข	1,473	234	1,834	278	-	-	3,819

ประเภทสื่อ

รายการ	นิตยสาร	เว็บไซต์	โทรทัศน์	อื่น ๆ	รวม
อาหาร	1,782	567	2,107	88	4,544
ยา	526	546	594	29	1,695
เครื่องสำอาง	2,128	503	2,110	80	4,821
เครื่องมือแพทย์	239	277	163	8	687
วัตถุอันตราย	32	73	132	14	251
ยาเสพติด	-	-	-	-	-
อื่น ๆ	-	-	1	1	2
รวม	4,707	1,966	5,107	220	12,000

※ ※ ※ ※ ※



วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน

1. งบประมาณ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์คุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ ภายใต้กลยุทธ์ “พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค รวมทั้งเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง สามารถปกป้องและคุ้มครองตนเองได้” ในผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้รับจัดสรรจำนวน 77,664,300 บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน 109,518,971.04 บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน 49,968,665.00 บาท และงบโอนให้หน่วยงานอื่น (สสจ., คบ.) งบลงทุน และรายจ่ายอื่น จำนวน 17,125,593.96 บาท

2. ผลสัมฤทธิ์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ปฏิบัติตามราชการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ด้วยวงเงินงบดำเนินงานทั้งสิ้น 109,518,971.04 บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงานพบว่า สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยปรากฏผลสัมฤทธิ์ในแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - 326 เรื่อง / 470 ครั้ง ที่มีการถ่ายทอดความรู้	100%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของปี 2554” พบว่าร้อยละ 95.4 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 473 เรื่อง/2135 ครั้ง



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
- การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค			
1. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน	55 เรื่อง / 189 ครั้ง	138.18%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 76 เรื่อง / 1709 ครั้ง
1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อ โทรทัศน์	22 เรื่อง/ 44 ครั้ง	168.18%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อ โทรทัศน์ ดังนี้ - รายการสารคดี ความยาว 1 นาที่ เผยแพร่ทางช่อง 7 จำนวน 10 เรื่อง รวม 10 ครั้ง / ความยาว 3 นาที่ เผยแพร่ทางช่อง NBT จำนวน 10 เรื่อง 10 ครั้ง / ความ ยาว 1 นาที่ เผยแพร่ทางช่อง 5 จำนวน 12 เรื่อง 12 ครั้ง - ผลิตสโปตโทรทัศน์ จำนวน 5 เรื่อง - เผยแพร่สโปตโทรทัศน์ จำนวน 253 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	12 เรื่อง / 40 ครั้ง	158.33%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อ วิทยุ ดังนี้ - รายการสารคดี เผยแพร่ทาง สถานีวิทยุ จำนวน 15 เรื่อง รวม 609 ครั้ง - ผลิตสโปตวิทยุ จำนวน 4 เรื่อง - เผยแพร่สโปตวิทยุ จำนวน 775 ครั้ง
1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านคอลัมน์ หนังสือพิมพ์	20 เรื่อง / 40 ครั้ง	100%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทาง คอลัมน์การ์ตูนทางหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก ข่าวสด และมติชน จำนวน 20 เรื่อง รวม 60 ครั้ง



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
2. เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่ออื่น	141 เรื่อง / 91 ครั้ง	154.61%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 218 เรื่อง / 161 ครั้ง
2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย.1556	24 เรื่อง / 24 ครั้ง	245.83%	มีการดำเนินการพัฒนาระบบ และปรับปรุงดูแลระบบสายด่วน อย. 1556 รวมทั้งผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสายด่วน อย.1556 จำนวน 59 เรื่อง
2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้พร้อมพัฒนาเว็บไซต์	40 เรื่อง / 40 ครั้ง	125%	มีการดำเนินการพัฒนา ดูแล เว็บไซต์ oryor.com และเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อ มีเดียหลากหลายรูปแบบของ อย. โดยมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ง่ายต่อการค้นหา และสามารถดาวโหลดเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งได้มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว จำนวน 50 เรื่อง
2.3 จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning	1 เรื่อง / 1 ครั้ง	100%	ผลิตและเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ระบบ E-learning ชุด “4.1 ชำ ครอบครัวฮาเฮ ฉลากเลือก ฉลาดใช้ กับผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์”
2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ / คู่มือ	6 เรื่อง / 6 ครั้ง	166.67%	มีแผ่นพับ จำนวน 5 เรื่อง และคู่มือ จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งได้ดำเนินการเผยแพร่ไปยังทั่วประเทศ โดยผ่านสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
2.5 ผลิตและเผยแพร่ผ่านจุลสาร จดหมายข่าว	12 เล่ม	100%	มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ดังนี้ - จดหมายข่าว “อย.Report” เป็นประจำทุกเดือน และเผยแพร่ไปยังทั่วประเทศ



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
2.6 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ	10 เรื่อง / ชุด	150%	มีการผลิตและเผยแพร่ชุดนิทรรศการ ชุด “รู้จักกิน รู้จักใช้ ปลอดภัย ปลอดโรค” จำนวน 6,660 ชุด ๆ ละ 15 แผ่น
	60 เรื่อง / 21 ครั้ง	138.33%	ผลิตนิทรรศการเพื่อจัดแสดง ณ ออ. และหน่วยงานอื่น ๆ ที่ขอสนับสนุน จำนวน 83 เรื่อง รวม 29 ครั้ง
	8 ครั้ง	150%	ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 12 ครั้ง
สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย			
1. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน			ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
1.1 ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล/ข้อมูลเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์	10 เรื่อง / 20 ครั้ง	130%	มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล/ข้อมูลเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 13 เรื่อง รวม 15 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์	10 เรื่อง / 60 ครั้ง	240%	มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ผู้จัดการรายวัน โพสต์ทูเดย์ เดลินิวส์ คมชัดลึก มติชน ข่าวสด บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ จำนวน 24 เรื่อง รวม 108 ครั้ง
2. ประชาสัมพันธ์ทั่วไป	110 เรื่อง / 110 ครั้ง	129.09%	ดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 142 เรื่อง / 142 ครั้ง
2.1 ตรวจวิเคราะห์ข่าว			ดำเนินการตรวจวิเคราะห์ข่าวทุกวัน รวม 13,983 เรื่อง
2.2 แลกข่าว / ผลิตข่าวแจก	110 เรื่อง / 110 ครั้ง	129.09%	ดำเนินการแลกข่าว 30 เรื่อง / ผลิตข่าวแจก 111 เรื่อง รวม 142 เรื่อง



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ ของ ผู้บริโภคที่ มี พฤติกรรม การ บริโภค ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง (ร้อยละ 84)	99.76%	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การ ประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภค ปี 2552” พบว่าร้อยละ 82.6 ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตาม ตัวชี้วัดที่วางไว้
1. โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม ที่ถูกต้องด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4 โครงการ	125 %	
1.1 โครงการ อย.น้อย	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 70 ของโรงเรียน มัธยมศึกษาและโรงเรียนขยาย โอกาสที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย , ร้อยละ 10 ของโรงเรียน ประถมศึกษาดำเนินกิจกรรม อย. น้อย และ ร้อยละ 20 ของ สถานศึกษาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน การดำเนินกิจกรรม อย.น้อย) พบว่า ร้อยละ 53.02 ของโรงเรียน มัธยมศึกษาและโรงเรียนขยาย โอกาสที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย , ร้อยละ 13.41 ของโรงเรียน ประถมศึกษาดำเนินกิจกรรม อย. น้อย และ ร้อยละ 24.76 ของ สถานศึกษาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน การดำเนินกิจกรรม อย.น้อย



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
1.2 โครงการอาหารปลอดภัย	1 โครงการ	100 %	การดำเนินงานสำเร็จตามแผนและสามารถบรรลุตามตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 60 ของประชาชนใช้ประโยชน์จากฉลากอาหารเพื่อป้องกันโรคเบาหวานความดันหัวใจ และ ร้อยละ 60 ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกิดโรคมะเร็งที่มาจากอาหาร) พบว่า ร้อยละ 63.5 ของประชาชนใช้ประโยชน์จากฉลากอาหารเพื่อป้องกันโรคเบาหวานความดันหัวใจ และ ร้อยละ 94 ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกิดโรคมะเร็งที่มาจากอาหาร
1.3 โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย	1 โครงการ	100 %	- การดำเนินงานสำเร็จตามแผนแต่ไม่สามารถบรรลุตามตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 80 ของผู้บริโภคสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาหลอกลวง) พบว่า ร้อยละ 80.5 ของประชาชนสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาหลอกลวง
1.4 โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหาการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม	1 โครงการ	100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามแผนที่ตั้งไว้
2. โครงการวิจัยเพื่องานพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
2.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค	1 เรื่อง	100 %	ดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม โดยมีผลการศึกษา ดังนี้



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			- ร้อยละ 90.6 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. - ร้อยละ 85.4 ของประชาชนมีความพึงพอใจกับการดำเนินงานของ อย.ในภาพรวม - ร้อยละ 93.02 ของผู้บริโภคมั่นใจต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค - ร้อยละ 95.4 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง - ร้อยละ 82.6 ของประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
3. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	2 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
3.1 โครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่โดยร่วมมือกับเครือข่าย	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้
3.2 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้ โดยคณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาร่วมกับคณะทำงานภาคประชาชนดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม ประจำปี



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			งบประมาณ 2554
4. โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครอง ผู้บริโภค	2 โครงการ	100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
4.1 โครงการพัฒนาบุคลากร		101.28%	
- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การ จัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการจัดอบรม เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค เรื่อง การจัดทำแผน ยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค
- การพัฒนาบุคลากรเฉพาะทางด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (ไปอบรมกับ หน่วยงานอื่น)	26 ราย	103.85%	เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค เข้ารับการอบรมหลักสูตร ต่าง ๆ จากหน่วยงานภายนอก จำนวน 17 หลักสูตร รวม 27 ราย ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการ อบรมได้รับความรู้ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้



ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. ข้อจำกัดด้าน งบประมาณ แม้ว่าจะได้รับงบประมาณค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่น ๆ ในกระทรวงสาธารณสุขก็ตาม แต่เมื่อคำนึงถึงภาระหน้าที่ที่ต้องคุ้มครองผู้บริโภคจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และการต่อสู้ด้านข้อมูลข่าวสารกับผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเม็ดเงินในการโฆษณาสูงสุดแล้ว จะพบว่า งบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ที่ได้รับนั้นไม่เพียงพอต่อการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง เนื่องจากสื่อบางสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายและทั่วถึง จะต้องใช้งบประมาณสูงมาก เช่น สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น
2. ด้านความต่อเนื่องของโครงการต่างๆ ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้มีการพัฒนาสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกมาต่อเนื่องกันตลอดเวลา ในขณะที่ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ไม่สามารถเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง จากข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณและกฎระเบียบในการใช้จ่ายงบประมาณ
3. ด้านบุคลากร เนื่องจากปริมาณงาน ซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความหลากหลายและจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องตลาด จำนวนโรคภัยที่ต้องให้ความรู้และทำความเข้าใจกับผู้บริโภค ความก้าวหน้าหรือนวัตกรรมทางการแพทย์ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค แต่อัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค กลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณงานไม่สมดุลกับอัตรากำลัง ทำให้กองไม่สามารถเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้ตามที่ควรจะเป็น
4. การเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายอาจจำกัดวงแคบกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องจากต้องจัดสรรสื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ
5. การพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา และทำได้ยาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคบางพฤติกรรมสืบทอดกันทางธรรมเนียมปฏิบัติ เช่น การบริโภคอาหารสุกสุกดิบดิบ เป็นต้น อีกทั้งการมีสิ่งเร้าให้มีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ถูกต้องอยู่ตลอดเวลา เช่น สินค้าใหม่ ๆ กับการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น
6. พฤติกรรมบริโภคของแต่ละกลุ่มอายุ กลุ่มความรู้ กลุ่มฐานะ มีความแตกต่างกัน ดังนั้น การพัฒนาพฤติกรรมบริโภคของแต่ละกลุ่ม อายุ เพศ ต้องมีกลวิธีที่แตกต่างและหลากหลาย ซึ่งควรใช้บุคลากรมีอาชีพและงบประมาณที่สูง จึงจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเพื่อให้มีความรู้ และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้องนับเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลหลายด้าน ทั้งด้านบวกและด้านลบของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าได้อย่างคุ้มค่า สมประโยชน์ แม้รัฐบาลจะต้องลงทุนในเรื่องของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รวมถึงการณรงค์ ซึ่งใช้งบประมาณค่อนข้างสูง เนื่องจากต้นทุน



ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแพง แต่ก็นับได้ว่าคุ้มค่า เมื่อเทียบกับการสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการไม่รู้เท่าทันการโฆษณา การสูญเสียชีวิต เวลาและโอกาสในการรักษาโรคที่เกิดจากการหลงเชื่อหรือรับทราบข้อมูลจากผู้ประกอบการเพียงด้านเดียว นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพโดยทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้องจะส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพดี แข็งแรง สมบูรณ์ ลดภาระของรัฐบาลในการรักษาโรคเรื้อรังได้

ดังนั้น งบประมาณในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงควรพิจารณาโดยคำนึงถึง ปริมาณ สภาพความรุนแรงและขนาดของปัญหา ผลลัพธ์หรือกระแสที่ต้องการให้เกิดกับประชาชนในวงกว้าง อีกทั้งยังควรต้องคำนึงถึงจำนวนและศักยภาพของผู้ประกอบการที่หน่วยงานต้องรับมือในการต่อสู้ด้านข้อมูลข่าวสารด้วย ซึ่งงบประมาณดังกล่าวควรจะต้องเพียงพอสำหรับการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวนมากมาย มีการแข่งขันสูง มีงบประมาณในการโฆษณาสูงและต่อเนื่องตลอดทั้งปีด้วย

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2555

1. ปรับรูปแบบการดำเนินงาน โดย มุ่งเน้นในการขยายเครือข่ายให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพิ่มช่องทาง / สื่อใหม่ ๆ เช่น Social media ให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ รวมทั้งความถี่ในการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
3. พัฒนาศักยภาพให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีทักษะการใช้ Social Media ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรับผิดชอบและดูแล Social Media มากขึ้น เพื่อรองรับกับช่องทางที่จะพัฒนาขึ้นใหม่

※ ※ ※ ※ ※



ภาคผนวก



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)
				คค	คก	คด	คค	คก	คด	คค	คก	คด	คค	คก	คด		
แผนงานที่ 1 พัฒนาด้านสาธารณสุข																	
ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	- ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - จำนวนเรื่อง/ครั้งที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ 306 เรื่อง /369 ครั้ง	0	เรื่อง/ครั้ง														
กิจกรรมหลักที่ 2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ			เรื่อง/ครั้ง														
2.1.1 การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค		182/212	เรื่อง/ครั้ง														
2.1.1.1 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน		41/120	เรื่อง/ครั้ง														
1.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์																	
- รายการสารคดี 2 - 3 นาที		17/34	เรื่อง/ครั้ง														2,705,000.00
เผยแพร่เรื่องละ 2 ครั้ง																	
2.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ																	
- สารคดี 1 นาที (NETWORK และสถานีเพลง)		10/58	เรื่อง/ครั้ง														1,000,000.00
3.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านหนังสือพิมพ์		14/28	เรื่อง/ครั้ง														34,000,000.00
- ค่าผลิตเงินงาน		14	เรื่อง														
- ค่าซื้อพื้นที่หนังสือพิมพ์ ขนาด 6x10 คอลัมน์นิ้ว		28	ครั้ง														
4 สี ตีพิมพ์ 2 ฉบับ ๑ ละ 14 ครั้ง																	
2.1.1.2 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น		141/92	เรื่อง/ครั้ง														1,412,000.00
1.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสวนชวน อย. 1556		24/24	เรื่อง/ครั้ง														
2.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ ORYOR.COM		40/40	เรื่อง/ครั้ง														1,431,000.00

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารโรค

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
				คค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
ผลผลิต/กิจกรรม - ซื้อระบบServer ปรับปรุงเว็บไซต์ - เกม 1 เรื่อง แอนิเมชัน 3 เรื่อง 3. จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning ชุด "เครื่องมือแพทย์...รู้ไว้ไม่ถูกหลอก" 4.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ / ไปสเตอร์ / บทความ/คู่มือ 5. ผลิตและเผยแพร่ชุดสาร อย.REPORTเดือนละ 1 ฉบับ ๆ ละ 18,000 เล่ม 6. ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ ผลิตชุดนิทรรศการ 10 เรื่อง ๆ ละ 3,000 ชุด ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ ผลิตและจัดแสดงนิทรรศการ ณ อย. และหน่วยงานอื่น ที่ขอสนับสนุน จัดนิทรรศการครบรอบ 36 ปี อย. 2.1.2 สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย 2.1.2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน ผลิตและเผยแพร่สารคดีเชิงข่าว/เรื่องเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์ 7 เรื่อง ๆ ละ 1-2 สถานี ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์ 7 เรื่อง ๆ ละ 5 ฉบับ 2.1.2.2 ประชาสัมพันธ์ทั่วไป		1/1 6/6 12 0 10 9 60/12 1 124/157 14/47 7/12 7/35 110/110	เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง ฉบับ เรื่อง/ชุด ครั้ง เรื่อง/ครั้ง ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												</

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)
				คค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย		
- ตรวจวิเคราะห์ข่าว (ทุกวัน)		0														08070801312	321,000.00
- เสนอข่าว/จัดทำข่าว/จัดทำสัปดาห์ข่าว		110/110	เรื่องครึ่ง													08070801412	389,000.00
- บันทึกภาพ/ถ่ายภาพกิจกรรม		0														08070801512	114,000.00
- ออ. Quality Award 2011		1	ครั้ง													08070801612	1,500,000.00
2.1.2.3 โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อการบริโภค		1	โครงการ													08070801712	4,830,000.00
ที่ปลอดภัยภายใต้หลักการสั้นสี่(มกระหวงพาณิชย์)																	
2.1.3 คำบริหารงานทั่วไป		0														08070801811	1,400,000.00
กิจกรรมหลักที่ 2.2 รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม		4															
การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	- ร้อยละ 82.5 ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - จำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภค มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ถูกต้อง 4 โครงการ																
2.2.1 โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม																	
ที่ถูกคัดค้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ																	
1. โครงการ ออ. น้อย "สุขภาพดี เริ่มต้นที่โรงเรียน"		1	โครงการ													08080801904	17,150,000.00
2. โครงการอาหารปลอดภัย "อ่านลากลับนัก		1	โครงการ													08080802004	4,840,000.00
พิชิตโรคร้าย"																	
3. โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย "เพิ่มภูมิปัญญา		1	โครงการ													08080802104	3,200,000.00
ไม่เชื่อโฆษณาเกินจริง"																	
4. โครงการณรงค์แก้ไขปัญหาคาริใช้ยาปฏิชีวนะ																	
ไม่เหมาะสม "หวัดเจ็บคอ หายได้ไม่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะ"		1	โครงการ													08080802204	2,820,000.00
2.2.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานศูนย์วิจัยโรค																	

กองพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ										รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)
				คค	พช	กค	กช	มค	เม	มิ	กค	กช	กค		
1. การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค ของกองพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค		1	โครงการ											08080802303	1,400,000.00
2.2.3 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน		1	โครงการ											08080802404	1,000,000.00
1. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการสร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม		1	โครงการ											08080802504	5,300,000.00
2. โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดย อาศัยเครือข่าย "เสริมสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดี หลักหนี้ 5 ไรค์ราย"															
2.2.4 โครงการพัฒนาเพื่อนฝูงคุ้มครองผู้บริโภค		1	โครงการ											08080802607	80,000.00
1. โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำ แผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค															
2. โครงการพัฒนานุเคราะห์															
- โครงการพัฒนานุเคราะห์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน		1	โครงการ											08080802705	140,000.00
(รับการสนับสนุนจาก อบ.อีก 130,000บาท)															
- ค่าตอบแทนยอบรมกับหน่วยงานอื่น		26	คน											08080802805	140,000.00
2.2.5 กิจกรรมพิเศษเพื่อสนองนโยบาย		0												08080802912	13,965,300.00
รวม :															112,744,300.00บาท